

# Inovasi Dakwah untuk Penguatan Kesadaran Keagamaan: Studi Pada Komunitas Muslim Kelas Menengah

Muhammad Choirin<sup>a,1,\*</sup>, Ahmad Helwani Syafi'i<sup>b,2</sup>, Tajudin<sup>c,3</sup>

<sup>ac</sup> Universitas Muhammadiyah Jakarta – Indonesia <sup>b</sup>Universitas Muhammadiyah Mataram – Indonesia  
<sup>1</sup>muhammad.choirin@umj.ac.id; <sup>2</sup>ahelwani1407@gmail.com; <sup>3</sup>tajudin@umj.ac.id

## INFO ARTIKEL

*Riwayat Artikel:*  
Diterima: Desember 2023  
Direvisi : Januari 2024  
Disetujui: Februari 2024

*Kata Kunci:*  
Pendekatan Dakwah  
Inovasi Dakwah  
Muslim Kelas Menengah

## ABSTRAKSI

Dewasa ini, komunitas Muslim kelas menengah menghadapi tantangan unik dalam memperkuat kesadaran keagamaan mereka. Makalah ini membahas strategi dan inovasi dakwah yang efektif dalam mendorong pemahaman yang lebih baik terkait praktik keagamaan di kalangan mereka. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis berbagai strategi dakwah dan inovasi yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran keagamaan kelompok ini. Selain itu, riset ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan tentang efektivitas pendekatan dalam mengatasi kebutuhan dan keprihatinan spesifik dari kelompok demografis ini. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif komprehensif, menggunakan survei, dan analisis konten dari materi yang relevan. Partisipan melibatkan anggota komunitas Muslim kelas menengah, pemimpin agama, dan ahli di bidang dakwah Islam. Data yang terkumpul akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola, tema, dan dampak dari berbagai strategi dakwah. Temuan dari penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang efektivitas strategi dakwah dan inovasi dalam meningkatkan kesadaran keagamaan mereka. Penelitian ini menyoroti pendekatan yang berhasil dan mengidentifikasi area untuk perbaikan, memberikan dasar untuk inisiatif masa depan yang bertujuan untuk memperkuat kesadaran keagamaan dalam demografi ini.

### Abstract:

*In the contemporary context, the middle-class Muslim community faces unique challenges that require tailored approaches to strengthen religious awareness. This paper addresses the need for effective Dawah strategies and innovations to navigate these challenges and foster a deeper understanding of religious practices among the middle-class Muslim population. The primary objective of this research is to explore and analyze various Dawah strategies and innovations employed to enhance religious awareness within the middle-class Muslim community. The study aims to provide insights into the effectiveness of these approaches in addressing the specific needs and concerns of this demographic. This research adopts a comprehensive qualitative approach, utilizing surveys, and content analysis of relevant materials. The participants include members of the middle-class Muslim community, religious leaders, and experts in the field of Islamic outreach. The data collected will be analyzed to identify patterns, themes, and the impact of different Dawah strategies. The findings of this study contribute valuable insights into the effectiveness of Dawah strategies and innovations in promoting religious awareness among the middle-class Muslim community. The research highlights successful approaches and identifies areas for improvement, providing a foundation for future initiatives aimed at strengthening religious consciousness within this demographic.*

*Keywords:*  
Da'wah Approach  
Da'wah Innovation  
Middle-Class Muslims

## I. Pendahuluan

Laporan The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) yang berjudul "The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2024" menyatakan bahwa Indonesia memiliki populasi

muslim terbanyak di dunia. Menurut laporan tersebut, pada tahun 2023, jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa, setara dengan 86,7% dari total populasi nasional yang mencapai 277,53 juta jiwa. Hal ini menandakan bahwa jumlah pemeluk Islam di Indonesia tidak hanya terbesar di kawasan Asia Tenggara, bahkan di dunia. (RISSC, 2023) secara terpisah dalam Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022, BPS menyatakan terdapat peningkatan signifikan dalam akses internet di Indonesia. Pada tahun 2022, 66,48% penduduk telah mengakses internet, dibandingkan dengan 62,10% pada tahun 2021. Peningkatan ini mencerminkan keterbukaan dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi. Peningkatan pengguna internet sejalan dengan pertumbuhan pengguna telepon seluler, yang mencapai 67,88% pada tahun 2022 dibandingkan dengan 65,87% pada tahun 2021.

Secara terpisah menurut laporan *We Are Social*, pada Januari 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 213 juta orang, setara dengan 77% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 276,4 juta orang. Terjadi peningkatan sebesar 5,44% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, di mana pada Januari 2022 jumlah pengguna internet baru mencapai 202 juta orang. (We are Social, 2023) Dari jumlah penduduk Muslim yang mengakses internet di atas, mayoritasnya adalah generasi Z dan disusul secara berurutan generasi Milenial, Gen X dan Baby Boomers.

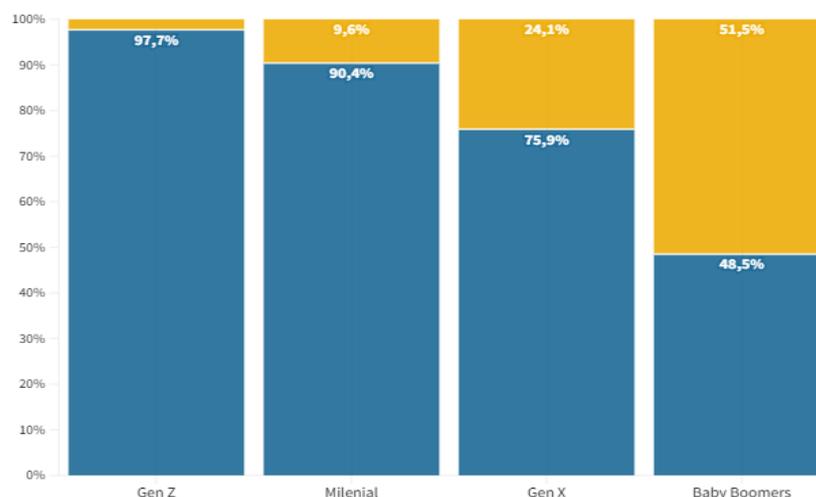


Fig. 1. Gambar 1: Presentasi Generasi Pengakses Internet di Indonesia (20 – 31 Maret 2022)

Sumber: Alvara Reseach Center 2022

Pada ketika ini, generasi Z mendominasi jumlah penduduk di Indonesia dengan sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi, umumnya lahir antara pertengahan 1990an hingga tahun 2012. (Christiani & Ikarso, 2020; Hastini dkk., 2020; Permana, 2021) Meskipun terdapat perbedaan mengenai batasan usia generasi ini, namun mereka adalah generasi yang tumbuh dalam era teknologi dan telah berinteraksi dengan teknologi sejak lahir. Dengan jumlah yang signifikan, Generasi Z, yang kini berusia 15-64 tahun, memiliki potensi besar untuk menjadi sumber daya manusia unggul dalam mewujudkan kemajuan Indonesia. Ciri utama generasi ini adalah masyarakat terhubung dengan digital (*Digital Society*) dan generasi internet (*Internet Generation*) (Bencsik dkk., 2016; Christiani & Ikarso, 2020). Generasi Z, dengan semua kelebihanannya, tumbuh sebagai individu yang cerdas, terampil, kreatif, dan kritis dalam pemanfaatan teknologi. Keunggulan-keunggulan ini tidak hanya membantu mereka dalam proses pendidikan dan persiapan karier, tetapi juga dalam pengembangan keterampilan bekerja. Generasi Z dianggap sebagai kelompok yang dipersiapkan secara khusus untuk menjadi prioritas utama dalam menghadapi tantangan global, terutama dalam konteks masyarakat 5.0 atau *society 5.0*, seperti yang dikemukakan oleh Nafira & Sari (2021).

Pada beberapa decade terakhir, jumlah kelas menengah Muslim di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. (Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi, 2017) Peningkatan ini terjadi karena faktor stabilitas ekonomi yang relatif terjaga dari masa Orde Baru hingga saat ini. Meskipun

mengalami beberapa tantangan seperti krisis ekonomi pada tahun 1997-1999. Kelas menengah ini tidak hanya mencirikan diri dengan kestabilan ekonomi, tetapi juga memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, literasi informasi yang baik, serta kepekaan terhadap perkembangan dan perubahan dalam ranah ekonomi, sosial, dan politik. Mereka juga menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka. (Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi, 2017; Azra, Azyumardi, 2019) Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, komunitas Muslim kelas menengah dihadapkan pada berbagai tantangan yang khas dan kompleks dalam menjaga serta memperdalam kesadaran keagamaan. Kelompok ini, yang merupakan bagian integral dari masyarakat modern, menghadapi tekanan dan pengaruh dari berbagai arah yang dapat memengaruhi praktik keagamaan mereka. Oleh karena itu, menjadi suatu keharusan untuk merancang strategi dan inovasi dakwah yang efektif, sejalan dengan perubahan zaman dan perkembangan teknologi, guna memperkuat dan meningkatkan kesadaran keagamaan pada kelompok Muslim kelas menengah.

Strategi dakwah yang relevan dan inovatif menjadi kunci untuk menghadapi dinamika sosial yang terus berkembang. Kelas menengah Muslim seringkali terjebak dalam kesibukan kehidupan modern yang kompetitif, dan oleh karena itu, penting untuk memahami cara-cara yang dapat memperkaya dan memberdayakan pemahaman mereka terhadap nilai-nilai agama. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki, menganalisis, dan mendokumentasikan berbagai strategi dan inovasi dakwah yang telah diterapkan dalam upaya meningkatkan kesadaran keagamaan pada kelompok Muslim kelas menengah. Keberhasilan dalam mencapai tujuan ini memerlukan pemahaman mendalam tentang dinamika internal dan eksternal yang memengaruhi kelompok Muslim kelas menengah. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengambil pendekatan kualitatif yang komprehensif, melibatkan wawancara, survei, dan analisis konten untuk mendapatkan gambaran yang akurat tentang strategi dan inovasi dakwah yang paling efektif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru, memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur dakwah, dan menjadi landasan untuk pengembangan inisiatif berkelanjutan guna memperkuat kesadaran keagamaan pada kelompok Muslim kelas menengah.

## II. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah pendekatan dan prosedur yang diadopsi untuk melaksanakan suatu penelitian dengan tujuan memahami objek yang diselidiki. Pendekatan ini mencerminkan cara kerja dan langkah-langkah yang diambil untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam. (Barnadib, Adib, 1982; Kuntjoroningrat, 1977). Riset ini membahas strategi dan inovasi dakwah terkait praktik keagamaan di kalangan Muslim kelas menengah. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis berbagai strategi dakwah dan inovasi yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran keagamaan kelompok ini. Dalam konteks penelitian ini, digunakan metodologi deskriptif kualitatif. Setelah merancang penelitian, peneliti akan melibatkan diri dalam serangkaian kegiatan, termasuk observasi dan pengumpulan data.

Sumber data dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan observasi. Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan model Milles dan Huberman yang meliputi pengumpulan, reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan. (Miles dan Huberman, 1994) Sedangkan untuk melakukan pengecekan data dan sumber yang diperoleh, teknis triangulasi data digunakan dalam penelitian ini. Menurut Creswell, analisis dan penyajian data terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: (i) *organizing or managing*, (ii) *reading and memoing*, (iii) *describing, classifying and interpreting*, dan terakhir (iv) *representing and visualizing*. (Creswell, John W. 1998) Penjelasan mengenai tahapan tersebut dapat dijelaskan pada paragraph berikut: tahap (i), peneliti mengumpulkan pelbagai data, baik yang berbentuk dokumen ataupun bahan bertulis ke dalam beberapa file. Selanjutnya (ii), proses telaah dilakukan pada data-data tersebut. Tujuan dari telaah ini adalah memperoleh catatan penting dan diperlukan. Pada tahap (iii), peneliti mulai melakukan drafting secara rinci mengenai isu yang dibahas sesuai dengan tema-tema dan kemudian dikelompokkan untuk memudahkan dianalisa. Untuk memastikan kesahihan data, peneliti berusaha membandingkan antara dokumen yang terkumpul dengan observasi di lapangan. Adapun pada tahap terakhir (iv), peneliti menyusun

karangan deskriptif sebagai jawaban atas objektif penelitian. Selain deskriptif naratif, peneliti juga menampilkan table, gambar ataupun grafik untuk mempermudah pemahaman dan analisisnya.

### III. Penyajian dan Analisis Data

#### A. Muslim Kelas Menengah

Definisi kelas menengah Muslim sering kali mencakup aspek ekonomi, pendidikan, dan sosial. Kelas menengah umumnya diidentifikasi berdasarkan tingkat pendapatan yang stabil, akses terhadap pendidikan tinggi, dan partisipasi dalam aktivitas ekonomi yang lebih kompleks. Dalam konteks Muslim, faktor keagamaan dan praktik-praktik keislaman juga menjadi bagian integral dari definisi ini. Kelas menengah Muslim di Indonesia seringkali diidentifikasi sebagai kelompok yang memiliki tingkat pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar dan juga menunjukkan identitas keagamaan yang kuat. (Wasisto Raharjo Jati, 2017; Noorhaidi Hasan, 2011; Dewi, Oki Setiana, 2021) Penelitian mengenai kelas menengah Muslim di Indonesia menunjukkan bahwa kelompok ini mengalami perkembangan yang pesat, seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial dalam beberapa dekade terakhir. Kelas menengah ini tidak hanya tumbuh secara kuantitatif tetapi juga berkembang dalam hal karakteristik dan pengaruhnya terhadap dinamika sosial dan ekonomi nasional. Studi oleh Pew Research Center (2012) menunjukkan bahwa kelompok Muslim di Indonesia, khususnya di kalangan kelas menengah, mengalami peningkatan yang signifikan dalam hal pendapatan dan mobilitas sosial. Pertumbuhan ekonomi yang relatif stabil telah memberikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup mereka dan menjadi bagian dari kelas menengah yang semakin berkembang.

Selain faktor ekonomi, literasi informasi dan pendidikan juga memainkan peran penting dalam membentuk karakter kelas menengah Muslim di Indonesia. Mereka cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap pendidikan tinggi dan teknologi informasi, yang pada gilirannya memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan informasi, budaya, dan agama. Studi oleh Abdullah (2015) menyoroti peran pendidikan dan melek informasi dalam membentuk identitas dan nilai-nilai keagamaan di kalangan kelas menengah Muslim. Keberagaman internal dalam kelompok ini juga menjadi fokus penelitian, dengan perhatian khusus pada bagaimana praktik keagamaan dan nilai-nilai Islam diintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari. Analisis oleh Hasan (2018) menunjukkan adanya dinamika kompleks dalam cara kelas menengah Muslim mengartikan dan menerapkan ajaran agama dalam konteks modern. Secara keseluruhan, literatur menyoroti peran yang semakin kuat dari kelas menengah Muslim dalam membentuk arah perkembangan sosial, ekonomi, dan agama di Indonesia.

Peningkatan ekonomi, pendidikan, dan literasi informasi telah menjadi pendorong utama perubahan dalam kelompok ini, memberikan kontribusi signifikan terhadap keragaman dan dinamika masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Secara lebih detail, aspek-aspek di atas dapat dijelaskan berikut:

- **Pertumbuhan Ekonomi:** Kelas menengah Muslim telah menjadi motor pertumbuhan ekonomi yang signifikan dalam dekade terakhir. Mereka berkontribusi pada konsumsi, investasi, dan sektor usaha kecil dan menengah, mendukung perkembangan ekonomi nasional. (Greg Fealy dan Sally White, 2008; World Bank, 2011)
- **Pendidikan dan Literasi:** Pendidikan tinggi dan literasi informasi menjadi fokus bagi kelas menengah Muslim. Mereka cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap pendidikan tinggi, mendukung perkembangan ilmu pengetahuan dan keahlian di antara anggota kelompok ini. (Dewi, OS dan Khairul Fata, 2021)
- **Pengaruh dalam Media Sosial:** Dalam era digital, kelas menengah Muslim aktif di media sosial, menyebarkan informasi keagamaan, berpartisipasi dalam diskusi publik, dan membentuk opini. Media sosial menjadi alat untuk menyampaikan nilai-nilai keagamaan dan identitas Islam. (Castells 2000, Sparks 2001)
- **Perubahan Gaya Hidup:** Kelas menengah Muslim turut memengaruhi perubahan gaya hidup di masyarakat. Mereka cenderung mengadopsi tren-tren global yang sejalan dengan nilai-nilai

Islam, menciptakan gaya hidup yang unik dan sejalan dengan prinsip keagamaan. (Yuswohady dan Gani 2015, Heryanto 2015)

- **Dinamika Keluarga dan Nilai-nilai Islam:** Perubahan dalam struktur keluarga dan peran gender di kalangan kelas menengah Muslim mencerminkan adaptasi terhadap nilai-nilai Islam yang diintegrasikan ke dalam dinamika keluarga modern. (Azra, Azyumardi, 2017)

Memperhatikan beberapa kajian di atas, maka peningkatan jumlah Muslim kelas menengah ini akan berdampak pada pola dan strategi dakwah. Selain memiliki tingkat ekonomi yang baik, mereka juga dinilai sebagai golongan yang mempunyai tingkat literasi yang tinggi. Hasil observasi dan juga analisa dari berbagai sumber dapat dinyatakan bahwa golongan ini merupakan sasaran dakwah yang aktif. Tidak hanya menunggu kehadiran pendakwah, namun mereka melakukan kegiatan secara aktif untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan ilmu pengetahuan mereka. Dengan demikian studi literatur terkait dengan masalah ini mencerminkan kompleksitas dan perkembangan dinamis kelas menengah Muslim dalam memainkan peran pentingnya dalam perkembangan sosial, ekonomi, dan budaya Indonesia.

### B. *Terkoneksi Internet dan Dunia Digital*

Kelas menengah Muslim di Indonesia menjadi semakin signifikan dalam perkembangan ekonomi dan sosial. Data dari BPS menunjukkan bahwa jumlah penduduk kelas menengah di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam dekade terakhir (BPS, 2022). Peningkatan ekonomi yang relatif stabil di Indonesia, terutama setelah krisis ekonomi 1997-1999, berkontribusi pada pertumbuhan kelas menengah (Smith, 2010). Dalam konteks ini, kelas menengah tidak hanya mapan secara ekonomi, tetapi juga berpendidikan tinggi, melek informasi, dan peka terhadap perubahan ekonomi-sosial-politik. Mereka aktif dalam mempraktikkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari (Jones, 2015). Dalam kaitannya dengan konektivitas digital, kelas menengah Muslim menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap teknologi. Studi literatur menunjukkan bahwa kemajuan teknologi, khususnya internet, telah menjadi faktor penting dalam memperluas konektivitas mereka (Van Dijk, 2012).

Pew Research Center (2023) melaporkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat, mencapai 213 juta orang pada Januari 2023. Pertumbuhan ini mencerminkan keterbukaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi. Dengan begitu, kelas menengah Muslim di Indonesia menjadi semakin terhubung dengan dunia digital, memanfaatkan internet sebagai sarana informasi, komunikasi, dan pengembangan diri. Perkembangan ini juga konsisten dengan gagasan tentang masyarakat jaringan (Castells, 2010), di mana konektivitas digital menjadi faktor penting dalam membentuk dinamika sosial dan ekonomi. Oleh karena itu, untuk memahami peran kelas menengah Muslim di era digital, perlu diperhatikan bagaimana mereka berinteraksi dengan teknologi, khususnya internet, dan bagaimana konektivitas digital memengaruhi pola pikir dan perilaku mereka. Secara terpisah, *Boston Consulting Group (BCG)* dalam satu penelitian kolaborasi dengan *University of Berkeley* pada tahun 2011 menyebut bahwa generasi ini memiliki ciri utama antara lain *smartphone*, *social media*. (Muhammad Arif, 2021). Dalam kesempatan lain, generasi ini seringkali dinarasikan sebagai generasi masyarakat yang terhubung dengan digital (*Digital Society*) dan generasi internet (*Internet Generation*). Sebagai konsekuensinya, mereka lebih memilih hidup di belantara internet dan digital berbanding dengan keluarga dan kolega sehingga dawai lebih menguasai kehidupan mereka daripada keluarga inti. (Hidayatullah, Devianty, & Wibowo, 2018).

Dalam laman *We Are Social* yang dirilis pada tahun 2023, disebutkan bahwa total populasi Indonesia sebanyak 276.4 juta, dengan 58.2% adalah masyarakat urban. Yang menarik justru jumlah peredaran telepon genggam sebanyak 353.8 juta. Jumlah ini lebih banyak dari jumlah penduduk sebesar 128.0%. Dari jumlah penduduk tersebut, terdapat 212.9 juta penduduk yang tercatat sebagai pengguna internet dan 167 jutanya menggunakan media sosial secara aktif. Ini artinya 77.0% dari penduduk Indonesia dapat mengakses internet dan 60.4% nya menggunakan media sosial secara aktif. Secara lengkap dapat dilihat dari grafik berikut ini:

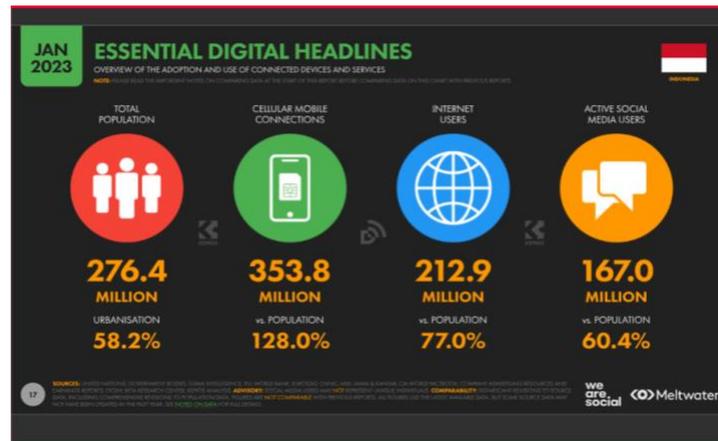


Fig. 2. Judul Berita Digital yang Penting (We are Social, 2023)

Apabila dibandingkan dengan tahun 2022, meskipun terdapat penurunan peredaran telepon genggam sebanyak 4.2 % atau setara dengan 16 juta, namun terjadi kenaikan pengguna internet sebesar 5.2 % dengan jumlah kenaikan sebanyak 10 juta pengguna internet.



Fig. 3. Pertumbuhan Digital (We are Social, 2023)

Yang paling menarik dari data di bawah ini adalah terjadinya kenaikan jumlah pengguna internet sebesar 5.2%. Hal ini berarti pada tahun 2023 terdapat pengguna internet baru sebesar 10 juta dengan penggunaan rata-rata selama 7.42 jam sehari. Selain dari itu terdapat 98.3% pengguna internet menggunakan telepon genggam (*mobile phone*). Secara lebih jelas dapat dilihat pada grafik berikut ini:

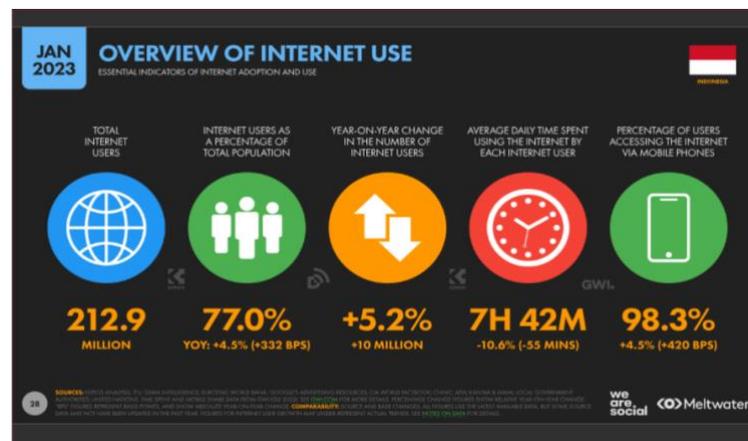


Fig. 4. Gambaran Umum Pengguna Internet (We are Social, 2023)

Dapatan yang cukup penting dari data ini adalah terkait alasan kelompok ini menggunakan internet. *We Are Social* merilis terdapat 15 alasan yang melatarbelakangi penggunaan internet. Yang terbesar adalah menggunakan internet sebagai media mendapatkan informasi (83.2%), mencari inspirasi dan gagasan (73.2%) dan berkomunikasi dengan teman dan keluarga (73.0%). Adapun motif terendah dapat disebutkan secara berurutan; mengatur keuangan (39.2%), berbagi opini (41.2%) dan menggali informasi terkait produk kesehatan (42.15%).

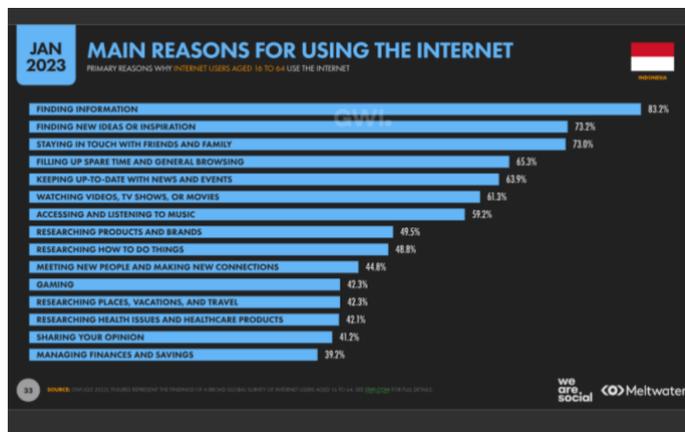


Fig. 5. Alasan Utama Menggunakan Internet (We are Social, 2023)

Jika diperhatikan terdapat kesenjangan yang mencolok antara mereka yang ingin mendapatkan informasi dan mereka yang ingin berbagi informasi, dengan gap sebesar 83.2% : 41.2%. Gap inilah yang semestinya diisi oleh para pendakwah agar pengguna internet yang ingin mendapatkan informasi dapat terjawab melalui berbagai informasi yang dibagikan oleh muballigh pengguna internet.

### C. Implikasi Era Revolusi Teknologi 4.0 bagi Muslim Kelas Menengah

Dalam dekade terakhir, peningkatan jumlah Muslim kelas menengah telah menjadi perhatian utama dalam studi sosial ekonomi. Karakteristik utama dari muslim kelas menengah memainkan peran penting dalam konteks sosial dan ekonomi, menciptakan identitas yang unik di tengah-tengah masyarakat. Kelas menengah muslim cenderung memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi, mengakses sumber daya ekonomi yang mapan, dan memiliki keterlibatan aktif dalam perkembangan teknologi dan informasi. Karakter ini mencerminkan adanya keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual dalam kehidupan sehari-hari. Mereka juga sering kali menjadi agen perubahan di masyarakat, mengintegrasikan nilai-nilai agama ke dalam gaya hidup modern mereka. Pendahuluan ini akan menyelidiki karakteristik utama muslim kelas menengah, merinci elemen spiritual, fungsional digital, dan hiburan emosional yang membentuk identitas mereka. Berdasarkan tinjauan literature yang dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa di era revolusi teknologi 4.0, muslim kelas menengah Indonesia semakin religious, connected dan fun. Karakteristik ini tentunya akan berdampak pada pola dan pendekatan dalam dakwah.

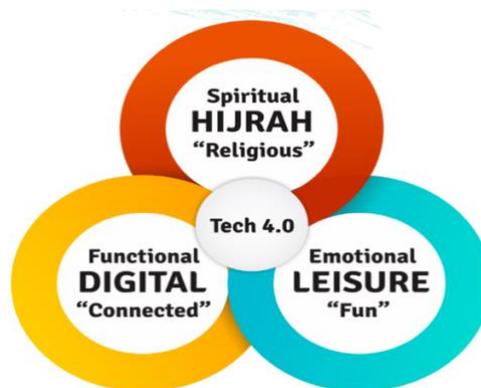


Fig. 6. Gambar 6: Segitiga Karakter Muslim Kelas Menengah (Data Processed oleh penulis (2023))

### 1) *Spiritual Hijrah.*

Sebagai dimensi utama, menjadi fokus untuk memahami perubahan nilai dan orientasi hidup di kalangan kelas menengah Muslim (Smith, 2019). Penelitian Smith (2019) menyoroti pentingnya dimensi spiritual hijrah sebagai pendorong utama perubahan gaya hidup dan nilai-nilai di kalangan Muslim kelas menengah.

Dengan meningkatnya jumlah kelas menengah muslim, terjadi peningkatan kebutuhan akan kegiatan dakwah yang sesuai dengan kepentingan dan minat mereka. Diperkuat oleh keuangan yang mapan, kalangan Muslim kelas menengah ini memiliki kemampuan untuk mengadakan kajian agama secara mandiri, baik di rumah maupun di lingkungan komunitas mereka. Salah satu pendorong utama di balik kegiatan kajian komunitas ini adalah partisipasi aktif selebritas hijrah yang tertarik untuk mendalami agama dan berbagi pengetahuan dengan rekan-rekan seprofesinya. Para selebritas ini menginisiasi kajian komunitas dengan alasan yang beragam. Sebagian orang mungkin ingin memperdalam pengetahuan agama, namun masih merasa malu untuk datang ke masjid. Sementara itu, sebagian lainnya mungkin berkeinginan untuk mengikuti kegiatan keagamaan di masjid, tetapi merasa kurang nyaman karena adanya permintaan untuk berfoto, yang dapat mengganggu konsentrasi mereka. Oki Setiana Dewi dan Ahmad Khairul Fata (2021) menyebut beberapa komunitas kajian selebritas yang telah terbentuk dan masih aktif hingga saat ini termasuk Kajian Orbit Lintas Profesi, Kajian Musawarah, dan Komunitas Musisi Mengaji (KOMUJI).

Tentu sepanjang dari hasil kajian dan observasi peneliti, di dunia ini tidak terdapat pengajian agama di kalangan para artis selain di Indonesia. Selama ini, kehidupan artis dan bintang film seringkali tercitrakan dengan kehidupan yang hedonism, glamour dan jauh dari agama. (Eka Sari Setianingsih, 2018) Fenomena hijrah di kalangan Muslim kelas menengah; termasuk di dunia artis menjadi peluang besar dalam dakwah. Kesempatan ini kemudian ditangkap oleh beberapa dai, muballigh dan ustadz; antara lain Ustadz Abdus Shomad, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Dasad Latif, Ustadz, Felix Siauw. Mengutip laman lengit7.id, selain dari nama-nama di atas juga terdapat Ustadz Zaky Mirza, Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Syam dan juga Habib Huesin Jafar al-Haddar.

Ketika milenial Muslim memutuskan untuk hijrah, maka gaya busana mereka pun menjadi berubah. Jika pada awalnya mereka berpakaian terbuka, kini auratnya menjadi tertutup. Yang tadinya ketat, menjadi longgar. Menjadi muslimah yang baik tidak harus kumuh, sebaliknya menjadi modis tanpa melanggar syariat. Dengan demikian fashion syar'ie menjadi gaya hidup. Dengan tetap berusaha menjadi muslim yang baik, mereka tetap tidak ketinggalan gaya dan tetap berkelas.

### 2) *Functional Digital.*

Dalam kehidupan sehari-hari kelas menengah Muslim menjadi sorotan dalam beberapa studi terkini. Teknologi digital tidak hanya menjadi alat fungsional untuk pekerjaan dan pendidikan, tetapi juga memainkan peran dalam membentuk identitas dan gaya hidup kelas menengah Muslim. Fenomena digitalisasi memberikan dampak signifikan pada kehidupan muslim kelas menengah, terutama melalui aspek fungsional digital. Mereka semakin terlibat dalam penggunaan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mempermudah aktivitas komunikasi serta interaksi sosial. Dalam konteks ini, peran teknologi tidak hanya memfasilitasi tuntutan fungsional, tetapi juga menciptakan platform yang mendukung pelaksanaan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh, aplikasi dan platform digital yang menyediakan konten keagamaan, seperti ceramah, kajian, dan bahan bacaan Islam, menjadi sarana utama bagi mereka dalam mendalami dan memperkuat spiritualitas. Selain itu, fungsional digital juga tercermin dalam kegiatan berbelanja daring yang memudahkan mereka memperoleh produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip keagamaan mereka. Pemilihan dan pembelian produk halal, serta berpartisipasi dalam platform digital yang mendukung ekonomi syariah, merupakan bagian dari keberlangsungan gaya hidup fungsional digital bagi muslim kelas menengah. (Hayati, T., & Hendar, S. (2019)

Media sosial memberikan peluang yang luas bagi siapa pun untuk menjadi populer, bahkan lebih luas daripada televisi. Platform ini juga memungkinkan orang untuk membahas isu-isu

kontroversial yang mungkin tidak diizinkan di televisi karena terikat pada lembaga sensor dan aturan penyiaran. Internet juga memainkan peran penting dalam menciptakan penafsir baru Islam dan meruntuhkan monopoli otoritas keagamaan yang telah ada sebelumnya. (Weng, Hei Wai, 2018) Beberapa di antara mereka yang mendapat popularitas melalui internet adalah Khalid Basalamah, Syafiq Reza Basalamah, Abdul Shomad, Adi Hidayat, Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha), Hanan Attaki, Felix Siau, Hanny Bondy, Ahmad Muwafiq, Maaher At-Thuwailibi, Miftah Maulana Habuburrahman, dan Evie Effendy. Menariknya, tidak semua dari mereka memiliki latar belakang pendidikan keislaman konvensional. Contohnya, Felix Siau, Hanny Bondy, dan Evie Effendy tidak lahir dari pendidikan agama konvensional. Popularitas mereka dapat diatribusikan kepada keterampilan komunikasi yang baik, penggunaan bahasa yang populer di kalangan generasi milenial, dan aktif berdakwah di media sosial. Gaya berpakaian mereka mengikuti tren anak muda dengan memakai kaos, celana jeans, sweater, dan sepatu sneakers. Materi dakwah yang disampaikan berkaitan dengan tema-tema populer di kalangan anak muda, seperti pacaran, cinta, jodoh, kebangkitan Islam, pahlawan dalam Islam, dan lain-lain.

### 3) *Emotional Leisure.*

Peran kegiatan santai dalam memberikan kepuasan emosional bagi kelas menengah Muslim. Bahkan waktu santai diisi dengan aktivitas yang memberikan kebahagiaan dan kesejahteraan emosional, menciptakan keseimbangan antara tuntutan hidup modern dan nilai-nilai spiritual. Hiburan bagi muslim kelas menengah telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Dalam konteks ini, emotional leisure dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan rekreasi dan hiburan yang memberikan kepuasan emosional dan psikologis. Bagi muslim kelas menengah, kegiatan ini seringkali terkait dengan aktivitas-aktivitas yang memperdalam keimanan dan spiritualitas mereka. Mereka cenderung mencari hiburan yang tidak hanya menghibur secara konvensional, tetapi juga memberikan dampak positif pada aspek-aspek emosional dan spiritual.

Beberapa penelitian telah menyoroti hubungan antara kegiatan hiburan dan kepuasan emosional, terutama di kalangan muslim kelas menengah. Sebagai contoh, penelitian oleh Aan Rukmana (2014) menemukan bahwa partisipasi dalam kegiatan keagamaan dan rekreasi yang bernuansa spiritual dapat meningkatkan kebahagiaan dan kesejahteraan emosional. Selain itu, Salahudin (2022) menyoroti bagaimana konsumsi media yang bersifat religius dapat memberikan pengalaman hiburan kepada remaja, yang juga membangkitkan rasa spiritualitas. Oleh karena itu, emotional leisure bagi muslim kelas menengah tidak hanya sekadar hiburan konvensional, tetapi juga merupakan sarana untuk memperdalam makna kehidupan dan meningkatkan kesejahteraan emosional.

### D. *Pendekatan Dakwah Dakwah pada Muslim Kelas Menengah*

Kemajuan teknologi informasi di era globalisasi, dakwah menjadi semakin penting, terutama di kalangan Muslim kelas menengah yang mendominasi populasi warga negara. Muslim kelas menengah, dengan keberadaannya yang mapan secara ekonomi, berpendidikan tinggi, dan terkoneksi dengan dunia digital, memerlukan strategi dakwah yang relevan untuk mencapai mereka secara efektif. Dakwah tidak hanya menjadi upaya penyebaran ajaran agama, tetapi juga melibatkan penyampaian nilai-nilai Islam dalam konteks kehidupan sehari-hari yang kompleks. Muhammad Choirin (2023), menyebut persepsi generasi Milenial terhadap muballigh. Dalam penelitian tersebut terdapat 3 (tiga) hal yang harus dimiliki oleh Muballigh; Ilmu, Penyampaian dan Penampilan. Dalam konteks Muslim kelas menengah, maka strategi dakwah harus mampu menyesuaikan diri dengan realitas kehidupan kelas menengah yang serba cepat dan dinamis. Hal ini membutuhkan pendekatan yang cerdas, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan serta aspirasi mereka. Saat ini, literatur mengenai strategi dakwah untuk kelas menengah Muslim telah menjadi fokus perhatian para peneliti dan praktisi keislaman.

Beberapa penelitian telah menggarisbawahi pentingnya memahami karakteristik, preferensi, dan kecenderungan kelas menengah Muslim dalam merespon pesan dakwah. Penelitian oleh (M. Yusuf et al., 2022) menyoroti keberhasilan strategi dakwah yang menggabungkan elemen keseharian dengan nilai-nilai keagamaan, menciptakan keseimbangan yang baik antara relevansi dan kedalaman pesan. Dalam kesimpulannya menyebut bahwa Muslim kelas menengah lebih dominan

membahas aspek perilaku dari aspek pengetahuan. Demikian pula, (Yuswohady, Madyani, D., Herdiansyah, I. A., & Alim, I. 2015) meneliti dan melakukan pemetaan terhadap perubahan sikap dan perilaku Muslim kelas menengah serta strategi dalam menghadapannya. Penelitian di atas seolah memvalidasi dampak positif penggunaan media sosial dalam menyebarkan dakwah kepada kelas menengah, menjadikan platform digital sebagai alat yang efektif untuk mencapai audiens ini.

Terkait dengan hal ini, Choirin (2021) menyebutkan bahwa kunci keberhasilan Rasulullah SAW dalam dakwahnya dalam waktu yang relatif sangat singkat adalah dakwah bil hikmah. Secara sederhana hikmah adalah ucapan, sikap dan perbuatan yang sesuai dengan waktu, situasi dan tempat. Apabila merujuk kepada panduan al-Qur'an, Allah menyebut dalam firman QS Ibrahim/14: 4 terkait dengan hal ini:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ ۚ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَن يَشَاءُ ۚ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ ۚ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Artinya: “Kami tidak mengutus seorang rasul pun, kecuali dengan bahasa kaumnya, agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka. Maka, Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki (karena kecenderungannya untuk sesat), dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki (berdasarkan kesiapannya untuk menerima petunjuk). Dia Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.” (QS. Ibrahim/14: 4)

Berkaitan dengan ayat di atas, al-Qurtubi (2006) menyatakan bahwa Rasulullah SAW diutus dengan bahasa kaumnya agar dapat menjelaskan agama kepada mereka sesuai dengan bahasa mereka. Hal senada disampaikan oleh Ibnu Katsir (2008). Hal yang demikian agar Rasulullah memiliki hujjah di hadapan kaumnya (al-Tabari, 2014). Berdasarkan tinjauan pustaka, dapat dirumuskan pendekatan dan inovasi dakwah kepada kalangan Muslim kelas menengah kedalam beberapa poin: 1). Pemahaman Moderat, 2). Berkemajuan, 3). Modern, 4). Membumi dan 5). Menyengangkan. Berikut penjelasan dari masing-masing pembahasan.

#### 1) Pemahaman Moderat.

Islam moderat mengajarkan prinsip-prinsip toleransi, dialog, dan keberagaman, dan merupakan pendekatan yang sesuai untuk Muslim kelas menengah yang hidup di tengah masyarakat yang multikultural. Konsep Islam moderat menekankan pentingnya menjalin hubungan baik dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan keyakinan, serta berperan aktif dalam membangun kerukunan antarumat beragama. Pendekatan ini mencerminkan semangat inklusivitas dan mengajarkan nilai-nilai universal Islam yang mendukung perdamaian, keadilan, dan kesejahteraan bersama. Islam moderat juga menekankan pentingnya beradaptasi dengan zaman dan mengambil hikmah dari nilai-nilai Islam untuk menjawab tantangan kontemporer. Ini sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan yang dihadapi oleh Muslim kelas menengah yang hidup dalam era modern. Islam moderat mengajarkan bahwa keberagaman dan perbedaan adalah karunia yang perlu dihargai, dan bahwa keadilan, kebijaksanaan, dan kasih sayang harus menjadi landasan dalam interaksi sosial. (Abdullah Saeed, "Islamic Thought: An Introduction," Routledge, 2006.)

#### 2) Berkemajuan.

Islam berkemajuan mendorong pemikiran progresif dan adaptasi terhadap perubahan zaman. Bagi Muslim kelas menengah, konsep ini mengajarkan bahwa Islam tidak statis, melainkan dapat mengakomodasi perkembangan sosial dan teknologi. Dengan fokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan, Islam berkemajuan menginspirasi umat Islam untuk menjadi inovatif dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan budaya. (Ziauddin Sardar, "Islamic Futures: The Shape of Ideas to Come," Mansell, 1985) Pendekatan Islam berkemajuan juga menekankan pentingnya pendidikan dan pengembangan diri untuk mencapai potensi maksimal. Hal ini relevan bagi Muslim kelas menengah yang sering berada dalam lingkungan urban dan global yang penuh dengan persaingan. Islam berkemajuan mengajarkan bahwa pencarian ilmu dan peningkatan keterampilan tidak hanya merupakan tugas pribadi, tetapi juga bentuk ibadah. Dengan memadukan nilai-nilai Islam dengan semangat progresif, Muslim kelas menengah dapat menjadi agen perubahan positif dalam masyarakat.

Sebagai kalangan yang memiliki tingkat literasi tinggi, mereka harus diberikan konten dakwah Islam yang komprehensif (*Syamil wa Mutakamil*). Tema-tema dakwah yang disampaikan bukan hanya persoalan teologis dan ritual, namun aspek-aspek lain seperti etos, produktifitas, peradaban dan manajemen hidup. Tema-tema ini diyakini memiliki daya tarik tersendiri bagi golongan ini. Dengan demikian, seseorang mampu mencapai tingkat spiritual yang tinggi dengan tetap dapat berkarir dan produktif. Tema dan pendekatan juga harus disampaikan dengan sejuk, dialogis dan simpatik, serta menghindari narasi yang keras, intoleran serta anti keberagaman.

### 3) *Modern.*

Dalam era globalisasi dan modernisasi seperti saat ini, Muslim kelas menengah dihadapkan pada berbagai tantangan dan peluang. Dunia modern membawa perubahan dalam segala aspek kehidupan, termasuk teknologi, ekonomi, dan budaya. Untuk menghadapi dinamika dunia modern, Muslim kelas menengah perlu memiliki pemahaman yang kuat terhadap prinsip-prinsip Islam yang relevan dan dapat diaplikasikan dalam konteks kontemporer. Para muballigh diharapkan melakukan *up grading* baik terkait *up dating* materi ataupun membiasakan dengan platform teknologi. Kemampuan muballigh dalam melakukan adaptasi teknologi menjadi kunci kesuksesan dakwah di kalangan Muslim kelas menengah. Tidak hanya itu, para muballigh senantiasa dituntut untuk terus berinovasi dalam metode dakwah dan pembinaan dengan mengadopsi metode yang paling mutakhir dan menggunakan berbagai sarana media broadcasting, digital, youtube, instagram, spotify, social media lainnya.

Penting bagi Muslim kelas menengah untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka di tengah arus informasi dan gaya hidup modern. Dengan memahami dan menerapkan ajaran Islam secara bijak, mereka dapat menjadi pelaku yang aktif dalam membangun masyarakat yang berdaya saing dan berkeadilan. (John L. Esposito, "*Islam and the Modern World*," Oxford University Press, 2019.)

### 4) *Membumi.*

Kearifan lokal memiliki peran penting dalam membentuk identitas dan karakter Muslim kelas menengah di tengah masyarakat yang semakin global dan modern. Kearifan lokal mencakup nilai-nilai tradisional dan adat istiadat yang berkembang di masyarakat setempat. Islam membumi, dalam konteks ini, mengacu pada kemampuan Islam untuk memberikan panduan dan solusi dalam konteks kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan kearifan lokal. Dalam menghadapi tantangan dan dinamika dunia modern, menggabungkan kearifan lokal dan nilai-nilai Islam membumi menjadi landasan kuat untuk membangun keberlanjutan dan kesejahteraan dalam komunitas Muslim kelas menengah. Pemahaman yang mendalam terhadap budaya lokal dan aplikasi ajaran Islam yang kontekstual dapat membentuk sikap dan tindakan yang sejalan dengan kearifan dan keberlanjutan lokal.

### 5) *Menyenangkan.*

Islam sebagai ajaran agama memberikan panduan holistik untuk membimbing kehidupan umatnya. Untuk Muslim kelas menengah, penting untuk memahami bahwa Islam tidak hanya bersifat ketat dan serius, tetapi juga memiliki dimensi kegembiraan dan kelimpahan. Islam mengajarkan pentingnya bersyukur dan menikmati nikmat-nikmat Allah secara seimbang. Menghadirkan kebahagiaan dalam beragama dapat menciptakan keseimbangan emosional dan mental, yang sangat penting dalam menghadapi tantangan dan tekanan kehidupan sehari-hari. Selain itu, Islam yang menyenangkan mencerminkan keindahan dan kebaikan dalam interaksi sosial. Islam mendorong umatnya untuk berlaku ramah, peduli, dan memberikan kontribusi positif dalam masyarakat. Menciptakan lingkungan yang positif dan penuh kasih sayang menjadi bagian integral dari ajaran Islam yang dapat membawa kegembiraan kepada individu dan keluarga. Dalam konteks dakwah kepada Muslim kelas menengah, pesan kegembiraan Islam dapat diungkapkan melalui pendekatan yang mempertimbangkan nilai-nilai positif, keadilan sosial, dan kebahagiaan spiritual.

Semua hal di atas, dalam penyampaian ajaran Islam sebagai ajaran yang menyenangkan, dakwah dapat menjadi lebih inklusif dan relevan bagi mereka yang tengah mencari arti kehidupan dan keseimbangan spiritual. Menggunakan metode dakwah yang mudah dan menyenangkan; seperti penyampaian tema-tea populer dan ringan, social media, *story telling*, *creative content*, humor, interaktif, *problem solving*, partisipatif dan didukung dengan public speaking yang mantab.

#### IV. Kesimpulan

Penelitian ini menggambarkan adanya transformasi model dakwah di Indonesia, khususnya dalam konteks kelas menengah Muslim yang semakin memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menemukan dan memilih pendekatan berislam yang sesuai dengan preferensi mereka. Salah satu dampak dari perubahan ini adalah adanya pergeseran otoritas penyampai ajaran Islam. Jika dulu pemegang otoritas ajaran Islam terkonsentrasi pada para tokoh agama dengan latar belakang pendidikan Islam konvensional seperti pesantren dan kampus Islam, namun dewasa ini terdapat banyak figure yang menyebarkan ajaran Islam dengan beragam latar belakang. Peran ulama dan ilmuwan Muslim sebagai satu-satunya penafsir tunggal Islam kini mengalami pergeseran. Siapa saja yang dapat dicari di dunia maya dan kehidupan digital (Researchable), ia memiliki peluang untuk menjadi referensi kegamaan. Sebagai objek dakwah (Mad'u), Muslim kelas menengah tidak lagi menjadi ummat yang pasif, melainkan aktif dalam mencari bentuk keberagamaan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Cara berislam yang mereka pilih menjadi bagian integral dari dinamika Islam kontemporer.

Selain itu, penelitian ini menggambarkan bahwa dalam menghadapi dinamika masyarakat modern, kelompok Muslim kelas menengah menunjukkan partisipasi yang aktif dalam pengelolaan keberagamaan mereka melalui pendekatan dan inovasi dakwah. Dengan demikian, penggunaan media sosial dan pendekatan dakwah yang menggabungkan antara praktik keagamaan dengan aspek-aspek kehidupan sehari-hari menjadi ciri khas dari strategi dakwah yang harus digunakan. Para jamaah Muslim kelas menengah tidak hanya sebagai penerima pasif dakwah, melainkan sebagai agen yang proaktif dalam mencari bentuk-bentuk keberagamaan yang relevan dengan konteks kehidupan mereka. Inovasi dalam pendekatan dakwah, seperti kajian komunitas selebritas hijrah, juga menunjukkan respons terhadap kebutuhan dan preferensi kelompok target. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan dan inovasi dakwah memainkan peran kunci dalam meningkatkan kesadaran keagamaan di kalangan kelompok Muslim kelas menengah di era kontemporer.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasanuddin & Purwandi, Lilik. 2017. Millennial Nusantara, Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya. Jakarta: Kompas Gramedia
- Al-Qurtubi, Muhammad bin Ahmad. (2006), al-Jami' li Ahkam al-Quran. Beirut: Muassasah al-Risalah.
- Al-Tabari, Muhammad bin Jarir (2008). Jami' al-Bayan an Ta'wil al-Quran. Mekah: Dar Hijr.
- Azra, Azyumardi. "Kelas Menengah Muslim Indonesia: Sebuah Pengantar." In Politik Kelas Menengah Muslim Indonesia, diedit oleh Wasito Raharjo Jati. Depok: LP3ES, 2017
- Bencsik, A., Juhász, T., & Horváth-Csikós, G. (2016). Y and z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Castells, Manuel. 1996. The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
- Choirin, Muhammad (2021). Pendekatan Dakwah Rasulullah Saw Di Era Mekkah Dan Relevansinya Di Era Modern. Misykat al-Anwar Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat. Vol 4, No 2. 97 – 144. <https://doi.org/10.24853/ma.4.2.97-114>

- Choirin,, Muhammad at. al. (2023), “Abdullah Syafi'ie Innovation in The Use of Radio As A Media of Da'wah Among The Betawi Society.” *Jurnal Hayula. Vol. 7. No.1.* DOI: <https://doi.org/10.21009/hayula.007.01.05>
- Choirin,, Muhammad at. al. (2023). “The Perception of Indonesian Millennial on Da'i: Knowledge, Presentation and Performance.” *Jurnal Afkaruna. Vol. 19, No. 1.* DOI: <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v19i1.15159>.
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105. DOI: <http://dx.doi.org/10.31002/jkkm.v4i2.3326>
- Dewi, Oki Setiana, and Ahmad Khoiril Fata. “Beragam Jalan Menjadi Salih: Model Dakwah Kelas Menengah Muslim Indonesia: Paths to Piety: Da'wah Model of Indonesian Muslim Middle Class”. *Jurnal Bimas Islam* 14, no. 1 (July 29, 2021): 1–32. Accessed January 15, 2024. <https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/view/325>.
- Fealy, Greg dan Sally White. 2008. *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapore: ISEAS
- Hasan, Noorhaidi. *The Making of Public Islam: Piety, Democracy, and Youth in Indonesian Politic*. Yogyakarta: SUKA Press, 2013.
- Heryanto, Ariel. 2015. *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: KPG.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Ibnu Katsir, Ismail bin Umar (199). *Tafsir al-Qur'an al-Adzim*. Dar Thayyibah.
- Imam Barnadib. 1982. *Arti dan Metod Sejarah Penyelidikan*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit FIP-IKIP.
- Jati, Wasisto Raharjo (2017) "The Indonesia Middle Class: A Conceptual Debate," *Masyarakat, Jurnal Sosiologi: Vol. 22: No. 1, Article 1.* <https://scholarhub.ui.ac.id/mjs/vol22/iss1/1>
- John W.Creswell. 1998 *Qualitative Inquiry and Research Design*. California: Sage Publications.
- Koenjoroningrat. 1977. *Metod-metod Pengkajian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldana (2014), *Qualitative Data Analysis*. Sage.
- Nafira, S., & Sari, T. D. (2021). Strategi pengembangan kualitas sdm “generasi millennial & generasi z” dalam menghadapi persaingan global era 5.0. *Prosiding Seminar Manajemen S1*, 1(1), 22–25.
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2019). Personal Intrinsic Reliosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention: Role of Halal Product Aawareness. *Journal of Islamic Marketing.* <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>
- Raharjo Jati, Wasisto. “Islam Populer Sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia”. *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam* 5, no. 1 (June 5, 2015): 139–163. <https://jurnaluf.uinsby.ac.id/index.php/teosofi/article/view/96>
- Rukmana, A. (2014). Hubungan Konsumsi Media Religius Terhadap Religiusitas Remaja Muslim (Survei Pada Mahasiswa Universitas Paramadina Dan Universitas Islam X Di Jakarta). *Jurnal Universitas Paramadina Vol. 11 No. 2 Agustus 2014*
- Salahudin (2022) *Pengaruh Media Sosial Terhadap Kehidupan Religius Mahasiswa Pai 2018 Di Universitas Islam Indonesia*. Skripsi UII Jogjakarta.

Sparks, C. 2001. "The Internet and the Global Public Sphere" dalam W.L. Bennett dan R.M. Entman (eds.), *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022,  
<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>

*The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) yang berjudul "The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2024*

Yuswohady dan Kemal E. Gani. 2015. *8 Wajah Kelas Menengah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

We are Social. (2023). *Social Media Users Pass The 4.5 Billion Mark*. We Are Social.