BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Preferensi individu dapat terbentuk melalui pola fikir individu yang didasarkan oleh beberapa alasan yang mana terdapat pengalaman yang diperoleh sebelumnya sehingga individu merasakan kepuasan dan manfaat dari pilihan yang dipilihnya. Setelah individu merasakan kecocokan dalam menggunakan suatu pilihan, maka individu akan terus menggunakan pilihan tersebut dan mendorong untuk memilih atau menggunakan pilihannya tersebut secara berkelanjutan. Keputusan individu menyatakan tindakan untuk memilih dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang individu yang hendak melakukan pilihan maka dia harus memiliki pilihan alternatif sebagai hasil dari kegiatan evaluasi alternatif, maka individu akan melakukan penentuan terhadap pilihan tertentu.[1] Kecenderungan dalam menentukan pilihan inilah yang disebut sebagai preferensi.

Konsep preferensi ini berlaku untuk menentukan kecenderungan pilihan individu dalam berbagai hal. Di era milenial dan serba cepat ini semakin banyak pilihan yang tersedia dalam berbagai sektor kehidupan. Misalnya preferansi politik dalam menentukan presiden dan wakil presiden, preferensi konsumen dalam

[1] Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), h. 119.

menentukan produk dengan fungsi yang sama tetapi merek yang berbeda, hingga preferensi agama khususnya kecenderungan atau kesenangan individu dalam proses mengkaji agama Islam. Konsep ini erat kaitannya dengan praktek-praktek ibadah dan ajaran agama Islam yang mendasar seperti yang dikatakan oleh A. Qodri A. Azizy bahwa mengkaji Islam secara mendasar dilaksanakan untuk tujuan semata-mata mempraktekkan ajaran Islam.[2]

Saat ini semakin banyak media-media dakwah yang menyediakan berbagai informasi atau materi dakwah mulai dari yang bersifat sederhana dari anjuran-anjuran sholat, puasa, dzikir, sholawat hingga yang membahas tentang fiqih, akhlak dan tasawuf. Media dakwah saat ini pun semakin beragam mulai dari majelis taklim, buku, radio, televisi, diskusi kelompok, lembaga pendidikan, seminar keagamaan, tabligh akbar hingga yang terbaru yakni media sosial. Sayangnya tidak semua kalangan memiliki alternatif pilihan dalam mengkaji Islam sebanyak ini, karena yang dapat memiliki alternatif sebanyak ini hanya generasi milenial. Hal ini disebabkan generasi milenial adalah generasi atau rentang usia yang paling banyak tersasar media sosial yakni mencapai 91% dengan segmen umur 15-19 tahun dan 88,5% pada usia 20-24 tahun.[3] Sedangkan sebagian besar orang

[2] Ali Romdhoni, "Kajian Islam di Barat (Sebuah Paparan Model Kajian dan Tokoh-Tokoh Orientalis)" *Islamic Riview*, vol. 1 (2012) : h.27

[3]Agus Tri Haryanto, *Pengguna Internet Indonesia Didomisil Milenial* (Jakarta: detikinet, 2019). (Online) tersedia di https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial. Diakses tanggal 17 Oktober 2019

tua terbatas pada model dakwah yang itu-itu saja, sementara anak-anak terbatas pada apa yang diajarkan orang tuanya.

Jumlah generasi milenial yang tersasar media sosial berbanding lurus dengan jumlah generasi milenial yang tidak main-main. Provinsi Kalimantan Selatan saja, jumlah penduduk mudanya signifikan. Menurut data yang dihimpun BKKBN Provinsi Kalimantan Selatan jumlah remaja yang masuk dalam kategori generasi milenial di Kalimantan Selatan sebanyak 329.195 orang. Serta ada 1,3 juta penduduk Kalimantan Selatan dari rentang usia 15-34 tahun, data ini dilansir BPS dalam buku *Kalimantan Selatan dalam Angka 2018.* Angka ini menunjukkan bahwa penduduk Provinsi Kalimantan Selatan termasuk kategori menengah (*millennial).* Sebab dilansir dari CNN Indonesia yang dimaksud generasi *millennial* adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia antara 15–34 tahun[4]. Jumlah milenial yang tidak main-main ini justru menunjukan hal yang mengejutkan dalam dunia dakwah. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, minimal pengguna media sosial memperoleh 1 hingga 2 konten dakwah setiap harinya. Kemudian peneliti menilai adanya tren baru dalam mengkaji agama melalui media sosial. Selain itu sebagian da'i muda juga memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya, contohnya Taqy Malik, da'i muda asal Kalimantan Selatan yang aktif menggunakan media sosial sebagai media untuk berdakwah.

[4]Winastiti Agnes, *Generasi Millenial dan Karakteristiknya* (CNN Indonesia, 2106). (Online) tersedia di https://student.cnnindonesia.com/edukasi/generasi-millenial-dan-karakteristiknya/. Diakses tanggal 12 Maret 2019

Tren baru dalam dunia dakwah ini merupakan dampak dari perkembangan teknologi yang semakin pesat. Sedangkan menurut hasil Survei Nasional Center for Strategic and International Studies (CSIS) 2017 diungkapkan bahwa tingkat ketertarikan generasi milenial terhadap agama hanya 6.5% yang berbanding jauh dengan ketertarikan non milenial (di atas usia 30 tahun) sebesar 23.8%[5]. Hal ini seolah tidak sejalan dengan jumlah milenial yang ada dengan tren baru dalam mengkaji agama Islam yang kini berkembang. Peneliti kemudian ingin mengetahui secara langsung media dakwah apa saja yang diminati oleh generasi milenail dengan berbagai alternatif pilihan dalam mengkaji Islam yang telah tersedia di tengah tren baru tersebut serta apa alasannya. Kecenderungan pada beberapa pilihan dalam mendalami agama Islam inilah yang dimaksud sebagai preferensi mad'u yang dalam hal ini adalah generasi milenial.

Preferensi mad'u dalam memilih media dakwah ini merupakan bagian dari unsur-unsur dakwah yakni unsur dakwah bidang logistik. Adapun Menurut Sofyani Thalus, logistik dakwah berarti pembekalan bersifat materi dari usaha gerakan dakwah Islam seperti keuangan yang merupakan motor penggerak aktivitas dakwah.[6] Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa logistik dakwah ialah hal-hal yang

[5]Survei Nasional CSIS "*Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik Generasi Milenial*" (Laporan hasil survei CSIS periode 23-30 Agustus 2017, Jakarta, 2017), h. 8

[6]Sofyani Thalus, *Ilmu Dakwah: pembahasan sekitar faktor-faktor dakwah,*, (Banjarmasin, Fak. Dakwah IAIN Aantasri, 1972), h.47 dikutip dalam Ana Mariana, Nilai-Nilai yang Terkandung didalam Kegiatan Ziarah Kubur Masyarakat Tapin Selatan, (skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, IAIN Antasari Banjarmasin, 2013), h. 22

mendukung proses penyelenggaraan dakwah. Peneliti menilai bahwa logistik dakwah yang diperlukan di era milenial ini tidak hanya uang ataupun benda fisik lainnya. Melainkan sebuah pegangan atau referensi tentang bagaimana dan ke arah mana aktivitas dakwah dilaksanakan sesuai dengan perkembanan zaman.

Analisis ini menunjukkan bahwa Manajemen Dakwah harus menyesuaikan preferensi mad'u sebagai logistik dakwah yang menunjukan kecenderungan tentang metode dan media dakwah seperti apa yang lebih disukai dan lebih menarik bagi mad'u yang tentu saja sesuai dengan perkembangan zaman saat ini. Harapannya fungsi perencanaan dalam Manajemen Dakwah dapat berjalan dengan baik dan aktivitas serta materi dakwah dapat diterima oleh seluruh kalangan khususnya generasi milenial. Dengan kata lain, juru dakwah (da'i), lembaga dakwah/Islam ataupun semua yang memanajemen/mengelola dan melaksanakan dakwah Islamiyah harus memiliki acuan (referensi) dalam membuat perencanaan dakwah agar tercapainya tujuan dakwah dengan efektif dan efisien. Berdasarkan permasalahan di atas peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Preferensi Generasi Milenial Kalimantan Selatan Dalam Mengkaji Islam''**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana "Preferensi Generasi Milenial Kalimantan Selatan dalam Mengkaji Islam" ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana preferensi generasi milenial Kalimantan Selatan dalam mengkaji Islam yang diharapkan hasil penelitian dapat menjadi saran dan masukan untuk memanajemen dakwah baik bagi da'i maupun lembaga lembaga dakwah/Islam.

D. Signifikansi Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan akan dapat memperoleh beberapa manfaat yaitu dalam :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi keilmuan Manajemen Dakwah, khususnya menjadi logistik dakwah yang merupakan bagian dari unsur dakwah yakni hal-hal yang mendukung proses penyelenggaraan dakwah dan menjadi referensi dalam fungsi perencanaan Manajemen Dakwah.

2. Kegunaan praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain :

   a. Bagi Peneliti

      Untuk menambah wawasan pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat dalam perkuliahan terkait manajemen dakwah.

b. Bagi pelaku dakwah

Untuk menjadi bahan acuan bagi lembaga dakwah ataupun juru dakwah (da'i) dalam mengelola atau memenejemen dakwahnya agar lebih efektif dan efisien.

E. Definisi Operasional

Ada beberapa istilah yang perlu dijelaskan terkait judul penelitian ini, yaitu:

1. Preferensi

   Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, preferensi memiliki arti (hak untuk) didahulukan dan diutamakan daripada yang lain; prioritas; pilihan; kecenderungan; kesukaan.[7] Menurut Andi Mappiare definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.[8] Berdasarkan pengertian tersebut maka yang dimaksud preferensi adalah kecenderungan seseorang terhadap salah satu dari beberapa pilihan yang ada atau yang lebih disukai seseorang.

2. Generasi Milenial

---

[7]Kamus Besar Bahasa Indonesia, *preferensi* (Online) https://kbbi.web.id/preferensi diakses pada 21 Maret 2019

[8]Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan* (Surabaya: Usana Offsetprinting, 1994), h . 62.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Generasi Milenial adalah generasi yang lahir di antara tahun 1980-an dan 2000-an, yang kehidupannya tidak dapat lepas dari teknologi[9]. Jika didasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y.[10]

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud generasi milenial adalah pemuda atau penduduk usia muda yang merupakan usia usia produktif. Sedangkan yang dimaksud peneliti adalah khusus generasi milenial yang tinggal atau berdomisili di Kalimantan Selatan.

3. Mengkaji Islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mengkaji berasal dari kata kaji yang artinya pelajaran (agama dan sebagainya), penyelidikan (tentang sesuatu).[11] Sehingga mengkaji artinya belajar; mempelajari; memeriksa; menyelidiki; memikirkan (mempertimbangkan dan sebagainya); menguji; menelaah: *baik buruk suatu perkara*.

---

[9]Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Generasi Milenial*, (Online) tersedia di https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/generasi%20milenial diakses pada 23 maret 2019

[10]Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dengan Badan Pusat Statistik, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018) h. 19.

[11]Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Mempelajari*, (Online) tersedia di https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/mempelajari diakses pada 23 maret 2019

Menurut A. Qodri A. Azizy : ngaji merupakan studi Islam yang dilaksanakan untuk tujuan semata-mata mempraktekkan ajaran Islam. Materi yang diberikan oleh sang guru (guru ngaji biasanya seorang ulama, ustadz, tuan guru, haji, dan lain-lain) diterima apa adanya oleh seorang murid/santri yang sekaligus berusaha mengamalkan. Sedangkan, kajian ke-Islaman yang dimaknai sebagai ‘ulum ad-din (ilmu-ilmu agama menurut pemahaman klasik). Di sini kajian ke-Islaman hanya dipahami sebatas sebagai disiplin ilmu yang berhubungan tata dan cara beribadah kepada Tuhan.[12]

Berdasarkan pengertian di atas yang dimaksud mengkaji Islam oleh peneliti ialah proses studi Islam untuk mendalami agama Islam untuk berorientasi mempraktekkan ajaran Islam.

F. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi karya Sri Sarmini 2018 yang berjudul “Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* Pada Lembaga Keuangan (Studi Kasus Pada Nasabah Bmt Amanah Boyolali)”. Penelitian ini membahas tentang apa preferensi nasabah terhadap produk pembiayaan *murabahah* dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan *murbahah* dari pada produk lainnya di BMT Amanah Boyolali.

[12]Ali Romdhoni, “Kajian Islam Di Barat (Sebuah Paparan Model Kajian dan Tokoh-Tokoh Orientalis)”, h.27

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan yang dilakukan di BMT Amanah Boyolali. Metode penelitian ini deskriptif yang dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah di BMT Amanah Boyolali sangat beragam bahwa sebagian besar nasabah mengetahui, memilih dan menggunakan pembiayaan murabahah itu berasal dari faktor komplek yang mencakup pengetahuan, keyakinan dan kebiasaan.

Perbedaan penelitian Sri Sarmini dengan penelitian yang telah peneliti lakukan yaitu dari segi objek penelitian. Sri Sarmini meneliti preferensi produk pada sebuah lembaga sedangkan peneliti meneliti tentang preferensi media dakwah. Selain itu, penelitian ini juga berbeda dari segi metode penelitian di mana peneliti menggunakan metode campuran sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan metode kualitatif.

2. Skripsi karya Pandu Robby Arifandi 2018 yang berjudul "Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah". Penelitian ini membahas tentang apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan antara persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah. Metodologi digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah mayarakat Kota Surabaya

yang berjumlah 385 orang. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah karena nilai f hitung > f tabel yaitu 436,272 > 3,02 dan nilai sig. < 0,05 yaitu 0.000 < 0.05.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah peneliti lakukan ialah pada metode penelitian. Pandu Robby Arifandi ingin mengetahui apakah ada pengaruh antar variabel dengan menggunakan metode kuantitaif. Sedangkan peneliti tidak meneliti pengaruh dan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif.

G. Sistematika Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I adalah pendahuluan yang di dalamnya berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II adalah kerangka teoritis yang di dalamnya berisi tentang teori dakwah, preferensi, generasi milenial, dan manajemen dakwah.

BAB III adalah metode penelitian yang di dalamnya berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, lokasi

penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, pengolahan dan analisis data.

BAB IV adalah hasil penelitian dan pembahasan, meliputi preferensi generasi milenial Kalimantan Selatan dalam sajian metode kuantitatif dan kualitatif.

BAB V adalah penutup yang didalamnya berisi tentang simpulan dan saran-saran.