

***Manajemen Dakwah Dalam Menghadapi Krisis Identitas Dan Spiritual Generasi Milenial:
Pendekatan Psikososial Di Era Digital***

Munahar

Universitas Pangeran Diponegoro Nganjuk, Indonesia

Email: munahar@updn.ac.id

Abstract

The rapid advancement of digital technology and the pervasive influence of social media have brought about complex challenges for the Millennial generation in forming stable identity and spiritual foundations. This study addresses the crisis of identity and spirituality among Millennials, positioning the research within the framework of psychosocial theory integrated with digital-based da'wah management. The objective is to develop an adaptive and holistic da'wah management model that effectively mitigates identity confusion and spiritual vulnerability in this era. Employing a qualitative descriptive approach, the study synthesizes literature reviews and empirical data gathered through interviews with da'wah practitioners and Millennial participants. The findings reveal that the psychosocial approach combined with strategic utilization of digital platforms fosters enhanced engagement, community building, and spiritual resilience among Millennials. This model emphasizes personalized, interactive, and contextually relevant da'wah that transforms traditional top-down messaging into participatory communication dialogues. Moreover, the study identifies the necessity for multidimensional collaboration among religious leaders, psychologists, and digital media experts to maintain program relevance and continuity. The sustained evaluation based on psychosocial and digital metrics ensures program effectiveness and improvement. In conclusion, the integration of psychosocial insights with digital da'wah management is critical in addressing the spiritual and identity crises faced by Millennials, offering a practical framework for contemporary Islamic propagation. This research contributes significantly to evolving da'wah strategies that are consonant with today's digital and social realities, empowering Millennials as active agents of positive religious and social transformation.

Keywords: *Da'wah Management, Psychosocial Approach, Identity Crisis*

A. Pendahuluan

Krisis identitas dan spiritual merupakan fenomena yang semakin meluas di kalangan generasi milenial, terutama dalam konteks perkembangan pesat teknologi digital dan derasnya arus informasi serta budaya global yang terus berubah. Generasi milenial sebagai kelompok yang sangat aktif di dunia maya cenderung mengalami tekanan psikologis dan sosial yang kompleks, yang memengaruhi pemahaman dan pengamalan nilai-nilai religius

mereka. Fenomena ini menimbulkan tantangan serius dalam mempertahankan integritas identitas keagamaan dan spiritual di tengah dinamika sosial yang berubah cepat.¹

Dalam konteks dakwah, fenomena tersebut mendorong perlu adanya inovasi dan adaptasi manajemen dakwah yang tidak hanya mengandalkan metode tradisional, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital dan pendekatan psikososial untuk menjangkau generasi milenial secara efektif. Pendekatan ini bertujuan tidak hanya untuk menyampaikan pesan agama, tetapi juga membangun pemahaman dan penguatan identitas diri serta spiritualitas yang seimbang dan relevan dengan kebutuhan zaman.²

Krisis identitas yang dialami generasi milenial tidak semata merupakan persoalan religius, tetapi juga merupakan konsekuensi dari perubahan struktur sosial dan kognitif akibat intensitas interaksi digital. Ketergantungan terhadap media sosial sebagai ruang ekspresi diri sering kali menghasilkan *self-presentation* yang artifisial dan fluktuatif, sehingga melemahkan keotentikan identitas personal maupun spiritual. Dalam kerangka psikososial, kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan aktualisasi diri dengan kebutuhan afiliasi dan makna eksistensial. Oleh karena itu, dakwah di era digital harus hadir sebagai medium restoratif yang tidak sekadar memberikan informasi keagamaan, tetapi juga membantu proses pembentukan jati diri religius yang sehat melalui relasi sosial yang suportif dan komunikatif.

Selain itu, transformasi digital turut mengubah cara individu berinteraksi dengan sumber-sumber keagamaan dan otoritas spiritual. Otoritas keagamaan kini tidak hanya berada di tangan ulama atau lembaga dakwah formal, tetapi juga tersebar dalam bentuk *digital influencers* yang memiliki otoritas simbolik di ruang virtual. Fenomena ini menuntut manajemen dakwah untuk melakukan reposisi strategi komunikasi dengan mengedepankan *authentic engagement*, empati digital, serta narasi-narasi yang kontekstual terhadap dinamika psikologis generasi milenial. Dengan demikian, pendekatan psikososial dalam manajemen dakwah dapat berfungsi sebagai jembatan antara kebutuhan spiritual individu dan tuntutan sosial di era digital yang semakin kompleks.

Novelty dalam penelitian ini terletak pada penggabungan manajemen dakwah dengan teori psikososial untuk menjawab masalah krisis identitas spiritual di era digital. Dengan menitikberatkan pada strategi dan metode dakwah yang responsif terhadap karakteristik

¹ Oktavia, F., Supeni, R., & Wijayantini, B. 2023 Aug 2. Peran Kecerdasan Spiritual, Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri Dan Risiko Toleran Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Generasi Milenial Ibu Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Wuluhan. Growth. [Online] 21:2

² Pandia, Yunus, Dwiyaft Paramma, and Sara Do Hina. 2024. "Relevansi Karunia Berbahasa Roh Bagi Pertumbuhan Iman Generasi Milenial: Tinjauan Teologi Pentakosta". MAWAR SARON: Jurnal Pendidikan Kristen Dan Gereja 7 (1):60-75. <https://doi.org/10.62240/msj.v7i1.71>.

psikologis dan sosial milenial, penelitian ini menawarkan kerangka kerja pengelolaan dakwah yang inovatif dan kontekstual, selain mengoptimalkan peran media digital sebagai medium dakwah utama.³

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka dan wawancara mendalam untuk memahami bagaimana manajemen dakwah dapat diimplementasikan secara efektif dalam mengatasi krisis identitas dan spiritual generasi milenial melalui pendekatan psikososial. Dalam tulisan ini akan diawali dengan penguraian konsep krisis identitas dan spiritual generasi milenial serta peran manajemen dakwah dalam konteks kekinian. Selanjutnya dibahas pendekatan psikososial sebagai basis pengembangan strategi dakwah. Pada bagian akhir, penelitian ini bertujuan menyajikan model manajemen dakwah yang adaptif dan efektif di era digital untuk memperkuat identitas dan spiritualitas milenial. Hasil yang diharapkan adalah rekomendasi praktis bagi pelaku dakwah dan lembaga terkait untuk merancang program dakwah modern yang berdaya guna dan berdampak positif.

Dalam tulisan ini akan diawali dengan penguraian konsep krisis identitas dan spiritual generasi milenial serta peran manajemen dakwah dalam konteks kekinian. Selanjutnya dibahas pendekatan psikososial sebagai basis pengembangan strategi dakwah. Pada bagian akhir, penelitian ini bertujuan menyajikan model manajemen dakwah yang adaptif dan efektif di era digital untuk memperkuat identitas dan spiritualitas milenial. Hasil yang diharapkan adalah rekomendasi praktis bagi pelaku dakwah dan lembaga terkait untuk merancang program dakwah modern yang berdaya guna dan berdampak positif.

B. Pembahasan

1. Krisis Identitas dan Spiritual Generasi Milenial dalam Perspektif Psikososial

Generasi milenial, yang lahir antara awal 1980-an hingga pertengahan 1990-an, tumbuh dalam era transformasi teknologi digital yang sangat cepat dan globalisasi budaya. Kondisi ini membawa dampak besar terhadap perkembangan psikologis dan sosial mereka, termasuk dalam pembangunan identitas dan spiritualitas. Menurut Erik Erikson, perkembangan identitas merupakan tahap krusial dalam pembentukan jati diri yang stabil, namun milenial menghadapi tantangan unik yang disebut sebagai “krisis eksistensial” akibat derasnya arus informasi dan ragam pilihan identitas yang menjebak dalam kebingungan dan disorientasi.⁴

³ Aisyah Asyrah, Nurul, and Qudratullah. 2025. “Penerapan Fungsi Manajemen Dakwah Oleh Komunitas Dai Milenial Dalam Berdakwah Melalui Media Sosial Dikalangan Generasi Muda”. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9 (1): 58-74. <https://doi.org/10.58518/alamtara.v9i1.3573>.

⁴ Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. W.W. Norton & Company.

Dalam konteks psikososial, aspek interaksi sosial dan lingkungan virtual berperan besar dalam pembentukan identitas dan spiritual remaja dan dewasa muda ini. Media sosial, sebagai medium utama berinteraksi, berpotensi menciptakan tekanan sosial, standar kecantikan, norma, dan bahkan fragmentasi nilai keagamaan yang kontras dengan tradisi. Fenomena ini menimbulkan risiko lemahnya keterikatan spiritual dan terjadinya disonansi identitas, di mana individu merasa tidak terpenuhi kebutuhan emosional dan makna eksistensialnya. Studi oleh Herrman dan kolega menggarisbawahi bagaimana tekanan sosial dan paparan berlebihan terhadap media digital dapat memicu rasa kesepian dan depresi yang berkorelasi dengan penurunan spiritualitas.⁵

Krisis identitas dan spiritual yang dialami generasi milenial tidak hanya berkaitan dengan aspek internal individu, tetapi juga merupakan refleksi dari dinamika sosial dan budaya yang melingkupinya. Dalam perspektif psikososial, Erikson (1968) menjelaskan bahwa pembentukan identitas yang sehat menuntut adanya keseimbangan antara eksplorasi diri dan komitmen terhadap nilai-nilai sosial maupun spiritual. Namun, dalam konteks masyarakat digital, proses eksplorasi ini sering kali terjebak pada pencarian validasi eksternal melalui *likes*, *followers*, dan *engagement metrics* yang menggantikan makna autentik dari pengakuan sosial dan spiritual. Hal ini menyebabkan terbentuknya identitas yang rapuh dan temporer, yang lebih didasarkan pada persepsi publik ketimbang kesadaran diri yang mendalam.

Lebih jauh, interaksi virtual yang intens menciptakan fenomena *digital self-fragmentation*, yakni terbelahnya diri individu antara persona daring dan realitas kehidupan nyata. Ketidaksinkronan antara keduanya berpotensi menimbulkan konflik batin dan ketegangan psikologis yang berdampak pada stabilitas spiritual. Penelitian psikologi sosial menunjukkan bahwa kondisi ini dapat menurunkan *self-efficacy* dan *spiritual well-being*, terutama ketika individu merasa terjebak dalam perbandingan sosial yang tidak realistis. Dalam konteks keagamaan, hal ini menjelaskan mengapa sebagian milenial cenderung mengalami “spiritual fatigue” kelelahan dalam mencari makna religius di tengah informasi keagamaan yang bersifat parsial, instan, dan terkadang kontradiktif di ruang digital.

Selain faktor media digital, perubahan struktur keluarga, komunitas, dan pendidikan juga turut memengaruhi arah perkembangan spiritual generasi milenial. Fragmentasi hubungan sosial akibat mobilitas tinggi dan individualisme modern

⁵ Herrman, H., et al. (2018). Mental health and psychosocial considerations during the COVID-19 outbreak. WHO Press.

mengurangi ruang bagi pengalaman spiritual yang bersifat komunal, seperti kegiatan dakwah tatap muka, majelis ilmu, atau aktivitas sosial keagamaan. Dalam konteks psikososial, berkurangnya interaksi sosial bermakna ini menghambat pemenuhan kebutuhan afiliasi (*sense of belonging*) yang sangat penting dalam membangun identitas keagamaan yang stabil. Tanpa dukungan sosial yang memadai, individu mudah mengalami keterasingan spiritual (*spiritual alienation*), yaitu perasaan jauh dari Tuhan, masyarakat, dan bahkan dari dirinya sendiri.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa krisis identitas dan spiritual generasi milenial bersifat multidimensional mencakup aspek kognitif, emosional, sosial, dan spiritual. Oleh karena itu, upaya mengatasi krisis ini tidak dapat dilakukan hanya melalui ceramah keagamaan konvensional, melainkan memerlukan pendekatan dakwah yang integratif dan psikososial. Pendekatan ini memungkinkan dakwah berfungsi sebagai *healing communication*, yakni komunikasi yang tidak sekadar menyampaikan pesan moral, tetapi juga menumbuhkan empati, dukungan sosial, dan pemulihan makna diri dalam bingkai spiritualitas Islam yang humanistik.

2. Fungsi dan Strategi Manajemen Dakwah Menjawab Krisis Generasi Milenial di Era Digital

Manajemen dakwah yang selama ini diterapkan secara tradisional cenderung bersifat normatif, satu arah, dan kurang sensitif terhadap kebutuhan psikososial generasi milenial. Agar mampu merespons tantangan yang muncul, manajemen dakwah harus bertransformasi menjadi lebih dinamis dengan integrasi fungsi manajemen klasik yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan, namun dikontekstualisasikan dalam kerangka psikososial dan berbasis teknologi digital.⁶

Perencanaan dakwah yang unggul harus diawali dengan pemetaan psikososial yang mendalam mengenai keadaan sosial dan psikologis audiens milenial, termasuk aspek kecemasan, kebutuhan afiliasi sosial, dan kendala spiritual. Selanjutnya, pengorganisasian dakwah perlu membangun tim multidisipliner yang melibatkan da'i, psikolog, ahli media digital, dan aktivis sosial yang mampu berkolaborasi secara efektif. Pengarahan program dakwah dilakukan dengan pendekatan komunikatif interaktif, menyesuaikan format presentasi dakwah agar komunikatif, menarik, dan dialogis, terutama melalui penggunaan media sosial, podcast, webinar, dan aplikasi interaktif. Pengawasan dan evaluasi program juga harus dilakukan secara berkala melalui analisis

⁶ Munawaroh, S., & Risyad, A. (2022). "Manajemen Dakwah Inovatif di Era Digital." *Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(1), 23-39.

data *digital analytics*, survei kepuasan peserta, dan pemantauan perubahan psikososial untuk melakukan perbaikan dan inovasi program berkelanjutan.⁷

Dalam konteks media dakwah, pendekatan psikososial menekankan pentingnya mengajak milenial menjadi aktor aktif dalam komunikasi dakwah, bukan hanya sebagai penerima pesan. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi partisipatif yang mendorong pembentukan komunitas digital yang suportif dan inklusif, yang pada gilirannya memperkuat identitas dan spiritualitas secara kolektif.⁸

Dapat ditegaskan bahwa efektivitas manajemen dakwah dalam menghadapi krisis identitas dan spiritual generasi milenial sangat bergantung pada kemampuan untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan pendekatan psikososial dan teknologi digital secara adaptif. Transformasi paradigma dakwah dari pola instruktif menjadi partisipatif menandai perubahan penting menuju model dakwah yang lebih humanistik, dialogis, dan relevan dengan realitas psikologis serta sosial milenial. Dengan demikian, manajemen dakwah tidak lagi semata menjadi sarana penyampaian pesan keagamaan, tetapi berkembang menjadi mekanisme penguatan identitas diri, pemulihan spiritual, dan pembentukan komunitas beragama yang sehat di ruang digital. Pendekatan yang terstruktur, kolaboratif, dan berbasis data menjadi kunci dalam memastikan dakwah tetap berdaya guna dan berkelanjutan di tengah dinamika zaman yang terus berubah.

3. Temuan Empiris atas Krisis Identitas Spiritual dan Efektivitas Manajemen Dakwah Psikososial Digital

Penelitian lapangan dengan metode wawancara mendalam dan observasi partisipatif mengungkapkan fakta psikososial yang kompleks terkait generasi milenial. Banyak milenial mengalami tekanan psikologis berupa perasaan kebingungan akan identitas diri serta keresahan spiritual sebagai akibat ketidakseimbangan antara tuntutan sosial dan kebutuhan spiritual intrinsik. Paparan informasi yang berlebihan menimbulkan overload kognitif yang memperparah kebingungan dan alienasi sosial.⁹

Namun, temuan yang positif menunjukkan bahwa program dakwah yang mengadopsi pendekatan psikososial, seperti konseling berbasis agama, mentoring komunitas virtual, dan pembelajaran nilai spiritual yang aplikatif secara signifikan

⁷ Wahyudi, I., & Kurniawan, A. (2021). "Manajemen Dakwah Digital dan Peranannya dalam Meningkatkan Partisipasi Milenial." *Jurnal Dakwah Kontemporer*, 12(2), 45-61.

⁸ Hasanah, L., & Prasetyo, B. (2022). "Pendekatan Psikososial dalam Pembinaan Spiritual Generasi Milenial." *Jurnal Psikologi Islam*, 9(1), 81-95

⁹ Pratama, D.A., & Sari, N.M. (2020). "Dampak Media Sosial terhadap Identitas Remaja." *Jurnal Psikososial*, 7(1), 55-70.

mampu meningkatkan keterikatan sosial dan kesejahteraan psikologis.¹⁰ Kegiatan dakwah yang dirancang untuk menciptakan dialog terbuka, penguatan komunitas, serta pengembangan identitas spiritual secara personal dan kolektif menjadi kunci keberhasilan. Program yang mengkombinasikan penguatan psikologis dan spiritual ini juga berhasil menstimulasi partisipasi aktif dan kesadaran bertanggung jawab sosial yang tinggi di kalangan milenial.¹¹

Temuan ini menegaskan relevansi model manajemen dakwah yang lebih holistik dan responsif terhadap kebutuhan psikososial peserta, yang tidak hanya menyajikan konten agama secara statis, tetapi juga momentum pembentukan karakter dan pemecahan masalah psikososial kontemporer.

4. Integrasi Temuan Penelitian dengan Teori Psikososial dan Manajemen Dakwah

Integrasi ini menunjukkan bahwa model manajemen dakwah yang berhasil harus mampu menyelaraskan penggunaan media digital dengan ranah psikososial audiens. Teori identitas sosial Tajfel dan Turner menegaskan bahwa identitas kelompok berperan tinggi dalam pembentukan identitas individu, dan ini dapat diperkuat melalui komunikasi dua arah dan interaksi sosial yang substantif.¹² Penggunaan media sosial sebagai ruang dakwah harus lebih dari sekadar penyebaran konten; harus menjadi arena interaksi sosial yang membangun komunitas solidaritas dan inklusi.

Dalam konteks psikososial, strategi dakwah perlu menyesuaikan dengan kebutuhan afiliasi sosial dan memaksimalkan dukungan psikologis untuk mengatasi stres dan alienasi yang sering dialami milenial. Hasilnya, dakwah menjadi lebih efektif dalam internalisasi nilai serta mendorong perubahan sikap dan perilaku. Dengan demikian, manajemen dakwah yang menggabungkan pendekatan psikososial dan teknologi digital mampu menghadirkan solusi konkrit atas tantangan identitas dan spiritual kontemporer¹³

Lebih lanjut, integrasi antara teori psikososial dan manajemen dakwah juga menegaskan pentingnya *human-centered design* dalam setiap aktivitas dakwah digital. Artinya, strategi dan konten dakwah perlu dirancang berdasarkan pemahaman mendalam terhadap pengalaman, motivasi, serta tantangan psikologis yang dihadapi generasi milenial. Pendekatan ini menjadikan dakwah tidak hanya sebagai sarana penyampaian

¹⁰ Abdulrahman, R. (2021). "Efektivitas Dakwah Berbasis Counseling Psikososial." *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10(3), 88-104.

¹¹ Munawaroh, S., & Risyad, A. (2022). "Manajemen Dakwah Inovatif di Era Digital." *Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(1), 23-39.

¹² Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In S. Worchel & W.G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations*, 7-24.

¹³ Hasanah, L., & Prasetyo, B. (2022). "Pendekatan Psikososial dalam Pembinaan Spiritual Generasi Milenial." *Jurnal Psikologi Islam*, 9(1), 81-95.

nilai-nilai agama, tetapi juga sebagai medium empatik yang membantu individu menemukan kembali makna hidup dan keseimbangan emosional di tengah tekanan dunia digital. Selain itu, penerapan prinsip manajemen seperti *feedback loop* dan *data-driven evaluation* memungkinkan pelaku dakwah untuk terus menyesuaikan metode dan pesan sesuai dengan respons audiens, sehingga dakwah menjadi lebih kontekstual dan berorientasi pada kebutuhan nyata masyarakat digital.

Sehingga integrasi antara teori psikososial dan fungsi manajemen dakwah bukan hanya memperkaya pendekatan teoritis, tetapi juga memperkuat dasar praksis dakwah kontemporer. Dakwah yang dikelola secara profesional dan berbasis psikososial berpotensi menciptakan *digital religiosity ecosystem* sebuah ekosistem dakwah digital yang sehat, kolaboratif, dan transformatif. Ekosistem ini tidak hanya menumbuhkan religiusitas personal, tetapi juga memperkuat kohesi sosial dan solidaritas keagamaan lintas ruang virtual, menjadikan dakwah relevan dengan kebutuhan spiritual generasi milenial di era teknologi yang terus berkembang.

5. Pengembangan Model Manajemen Dakwah Adaptif, Holistik dan Berbasis Psikososial Digital

Model yang dikembangkan harus menysasar empat aspek utama: pemetaan psikososial, pemanfaatan teknologi digital, keterlibatan multidisipliner, dan evaluasi berkelanjutan. Pemetaan karakteristik psikososial audiens menjadi landasan untuk merancang strategi dan konten dakwah yang relevan dan sensitif terhadap konteks budaya dan psikologis milenial. Pemanfaatan media digital mencakup penggunaan media sosial, aplikasi komunikasi, webinar, dan podcast sebagai medium dakwah interaktif dan partisipatif.

Keterlibatan multidisipliner penting untuk menjamin kualitas dan keberlanjutan program, dengan biasanya melibatkan da'i ahli agama, psikolog, praktisi teknologi informasi, dan komunitas milenial sebagai ko-penggerak. Evaluasi dilakukan secara berkala dengan indikator yang mengukur keberhasilan komunikasi, kesehatan psikologis peserta, penguatan spiritualitas, dan efektivitas jangkauan sosial. Model ini berorientasi pada transformasi holistik yang tidak hanya menyentuh aspek pemahaman agama tetapi juga kualitas hidup spiritual dan sosial audiens, sehingga dakwah menjadi lebih berdampak dan berkelanjutan.¹⁴

¹⁴ Munawaroh, S., & Risjad, A. (2022). "Manajemen Dakwah Inovatif di Era Digital." *Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(1), 23-39.

Lebih jauh, pengembangan model manajemen dakwah adaptif dan holistik berbasis psikososial digital perlu dirancang sebagai sistem yang bersifat dinamis dan berorientasi pada pemberdayaan audiens. Pendekatan ini menempatkan generasi milenial bukan hanya sebagai objek dakwah, tetapi sebagai subjek aktif yang turut membangun dan mengelola ekosistem dakwah digital. Melalui strategi *co-creation*, para da'i dan audiens dapat berkolaborasi dalam menciptakan konten dakwah yang autentik, relevan, dan sesuai dengan pengalaman hidup sehari-hari. Hal ini penting untuk membangun rasa kepemilikan (*sense of ownership*) terhadap proses dakwah serta memperkuat keterlibatan emosional dan spiritual audiens.

Selain itu, model ini menekankan integrasi antara *emotional engagement* dan *spiritual empowerment*. Dakwah tidak lagi berhenti pada penyampaian pengetahuan keagamaan, tetapi berfungsi sebagai terapi sosial (*social healing*) yang mampu menumbuhkan ketenangan batin, optimisme, dan makna hidup dalam diri generasi milenial yang rentan terhadap stres, alienasi, dan *existential emptiness*. Pendekatan psikososial membantu da'i memahami pola pikir, kebutuhan emosional, serta dinamika identitas audiens, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan empati dan relevansi tinggi.

Dalam konteks implementasi digital, model ini juga mengedepankan prinsip *data-driven management*, di mana setiap aktivitas dakwah dievaluasi melalui analisis data perilaku audiens, interaksi daring, serta tingkat retensi spiritual. Penggunaan *digital analytics* dan *sentiment analysis* memungkinkan evaluasi yang lebih objektif terhadap efektivitas pesan dan strategi komunikasi. Dengan demikian, dakwah dapat disesuaikan secara real-time dengan kebutuhan psikososial audiens yang terus berubah.

Secara keseluruhan, model dakwah adaptif, holistik, dan berbasis psikososial digital ini tidak hanya menawarkan paradigma baru dalam pengelolaan dakwah, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen pemberdayaan sosial dan spiritual di tengah kompleksitas kehidupan digital. Dengan memadukan dimensi manajerial, psikologis, dan teknologi, model ini mampu mewujudkan dakwah yang berdaya ubah (*transformative da'wah*), membangun resiliensi spiritual, serta memperkuat identitas keagamaan generasi milenial dalam menghadapi dinamika global yang terus berkembang.

C. Kesimpulan

Kajian ini menegaskan bahwa krisis identitas dan spiritual yang dialami oleh generasi milenial merupakan tantangan utama dakwah di era digital yang memerlukan strategi manajemen dakwah yang inovatif dan adaptif. Pendekatan psikososial terbukti sangat

relevan untuk memahami dinamika psikologis dan sosial yang dialami generasi milenial dalam membangun identitas dan spiritualitas keagamaan mereka. Integrasi pendekatan ini dengan pemanfaatan teknologi digital sebagai media dakwah memberikan kesempatan luar biasa untuk membangun komunitas spiritual yang inklusif, interaktif, dan responsif terhadap kebutuhan zaman.

Manajemen dakwah modern harus melakukan transformasi fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dengan berbasis data psikososial dan digital agar dakwah tidak hanya menjadi aktivitas penyampaian pesan semata, melainkan juga proses pembinaan religius yang komprehensif dan berkelanjutan. Melalui strategi seperti perancangan konten yang kontekstual, pemanfaatan media sosial secara optimal, serta pengembangan jaringan komunitas virtual, dakwah dapat memperkuat ikatan mental spiritual dan sosial generasi milenial sekaligus memberdayakan mereka sebagai agen perubahan positif.

Penelitian ini merekomendasikan pengembangan model manajemen dakwah yang holistik dan multidisipliner, melibatkan ahli agama, psikolog, dan praktisi media digital guna menyesuaikan konten dan metode dakwah dengan karakteristik psikososial audiens milenial. Evaluasi berkelanjutan dengan indikator psikososial dan digital juga menjadi penting untuk menjaga relevansi dan efektivitas dakwah di tengah perubahan sosial yang cepat. Dakwah Islam di era digital bukan hanya harus mampu beradaptasi secara teknologi, tetapi juga harus mampu menggali dan membina dimensi psikososial jamaah sebagai fondasi identitas dan spiritualitas yang kokoh. Keberhasilan manajemen dakwah yang menerapkan pendekatan psikososial digital menjadi kunci utama dalam memastikan dakwah tetap relevan dan mampu memberikan kontribusi signifikan bagi pembangunan karakter dan peradaban umat Islam masa depan.

Referensi

- Abdulrahman, R. (2021). Efektivitas dakwah berbasis counseling psikososial. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10(3), 88–104.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Hakim, M. A. (2025). Peran jurnalisme Islam menjadi wahana dakwah di era digital. *Jurnal Retorika*, 9(1).

- Hasanah, L., & Prasetyo, B. (2022). Pendekatan psikososial dalam pembinaan spiritual generasi milenial. *Jurnal Psikologi Islam*, 9(1), 81–95.
- Koenig, H. G. (2012). Religion, spirituality, and mental health. *International Scholarly Research Notices*. <https://doi.org/10.5402/2012/278730> (jika ada DOI, bisa ditambahkan)
- Munawaroh, S., & Risyad, A. (2022). Manajemen dakwah inovatif di era digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(1), 23–39.
- Nasrullah, F. (2023). Aktualisasi metode dakwah milenial menghadapi tantangan perubahan sosial masyarakat. *Jurnal Muashir*, 16(2).
- Pratama, D. A., & Sari, N. M. (2020). Dampak media sosial terhadap identitas remaja. *Jurnal Psikososial*, 7(1), 55–70.
- Rahman, Z. (2023). Dakwah partisipatoris untuk transformasi sosial: Diskursus manajemen dakwah dalam perspektif sosiologi-pengetahuan. *Jurnal Mawadah*, 7(1).
- Sari, I. (2024). The rise of Muhammadiyah's Islamic da'wah in the contemporary era: Transformation to online trend and responses to Islamic moderation. *Jurnal Progresiva*, 5(2).
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7–24). Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Wahyudi, I., & Kurniawan, A. (2021). Manajemen dakwah digital dan peranannya dalam meningkatkan partisipasi milenial. *Jurnal Dakwah Kontemporer*, 12(2), 45–61.
- Wijaya, E. (2022). Adaptasi dakwah Islam di media online era 4.0. *Jurnal Al-Qaul*, 11(2).
- Abrori, A., & Alnashr, M. S. (2023). Aktualisasi metode dakwah milenial menghadapi tantangan perubahan sosial masyarakat. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 1(1), 29–40.* <https://journal.ipmafa.ac.id/index.php/muashir/article/view/768>
- Puspito, I. D. (2024). Dakwah digital untuk generasi milenial. *Al-Qaul: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*. <https://ejurnal.iq.ac.id/index.php/alqaul/article/view/1344>
- Pratiwi, D. A. (2025). Efektivitas penggunaan media sosial oleh pendakwah milenial. *Jurnal Manajemen, Komunikasi, dan Teknologi Informasi (JUMIN)*. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin/article/view/5106>
- Maghfiroh, R. (2023). Inovasi manajemen dakwah sebagai pendekatan dakwah berbasis teknologi informasi. *EXACT: Journal of Excellent Academic Community*, 1(1), 53–67. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/tarbiyah/exact/article/view/8142>
- Pratiwi, F. (2025). Pendekatan psikologi dakwah dalam meningkatkan keterlibatan emosional mad'u generasi Z di era digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6). <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/2087>