

**POLA KOMUNIKASI GENERASI MILENIAL DAN GENERASI
ZOOMERS DALAM INTERAKSI SOSIAL
KEAGAMAAN DI BANDA ACEH**

Cut Rumaisa

UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Email: cutrumaisa2505@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi keagamaan, termasuk di Kota Banda Aceh. Generasi Milenial (1981–1996) dan Generasi Zoomers (1997–2012) sebagai pengguna utama teknologi digital menunjukkan perbedaan mendasar dalam berinteraksi dengan ajaran agama. Milenial masih cenderung mempertahankan komunikasi tatap muka dalam forum kajian atau pengajian, sedangkan Zoomers lebih memilih memanfaatkan media sosial dan platform digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram sebagai sarana pembelajaran agama. Perbedaan preferensi antara kedua generasi tersebut dapat menimbulkan kesenjangan dalam pola komunikasi keagamaan, baik dalam hal kedalaman materi, kontinuitas hubungan sosial, maupun dalam cara membangun komunitas keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi kedua generasi dalam interaksi sosial keagamaan, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya, serta menganalisis persamaan dan perbedaannya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam terhadap delapan informan dari generasi Milenial dan Zoomers di Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Milenial menekankan interaksi langsung karena dinilai lebih bermakna secara emosional dan spiritual, sedangkan Zoomers menampilkan pola komunikasi digital dengan preferensi konten singkat, visual, dan fleksibel. Faktor teknologi, lingkungan sosial, gaya belajar, dan karakter generasi menjadi penentu utama perbedaan tersebut. Meskipun demikian, keduanya sama-sama memiliki tingkat religiusitas tinggi dan memanfaatkan teknologi untuk berbagi konten serta membangun komunitas keagamaan. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi dakwah yang inklusif dan adaptif agar mampu menjembatani kesenjangan antar generasi di era digital.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Generasi Milenial, Generasi Zoomers.

Abstract

The advancement of information and communication technology has significantly transformed religious communication patterns in Banda Aceh. Millennials (1981–1996) and Zoomers (1997–2012), as primary digital users, show distinct approaches to engaging with religious teachings. Millennials prefer face-to-face forums, while Zoomers rely more on social media platforms like YouTube, TikTok, and Instagram. These differences create gaps in communication depth, social continuity, and community-building methods. Using a qualitative descriptive approach and in-depth interviews with eight informants, this study finds that Millennials value direct interaction for its emotional and spiritual meaning, whereas Zoomers favor short, visual, and flexible digital content. Technological access, social environment, learning style, and generational traits shape these differences. Both generations, however, share high religiosity and use technology to spread content and foster communities. The findings

highlight the need for inclusive and adaptive da'wah strategies to bridge generational gaps in the digital era..

Keywords: *Communication Patterns, Millennial Generation, Zoomers Generation.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Digitalisasi tidak hanya memengaruhi bidang ekonomi, politik, dan pendidikan, tetapi juga mengubah cara masyarakat berinteraksi dalam ranah keagamaan (Lasswell, 2009). Kehadiran media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform digital menjadikan komunikasi keagamaan berlangsung lebih cepat, interaktif, dan lintas batas ruang. Di Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar, fenomena ini tampak melalui pengajian daring, ceramah virtual, hingga konten dakwah singkat yang beredar luas di TikTok, Instagram, dan YouTube (Rizki, 2021). Banda Aceh, yang dikenal sebagai pusat budaya Islam, juga mengalami transformasi serupa. Generasi Milenial (1981–1996) dan Generasi Zoomers atau Generasi Z (1997–2012) tampil sebagai aktor utama dalam memanfaatkan teknologi digital, termasuk dalam aktivitas sosial keagamaan.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan peran penting teknologi digital dalam membentuk pola komunikasi keagamaan generasi muda. Rizki (2021) menegaskan bahwa generasi Milenial memanfaatkan media sosial untuk mengakses dakwah karena fleksibel dan mudah dijangkau, meskipun mereka tetap memiliki kecenderungan hadir dalam pengajian tatap muka. Fairuz (2023) menyoroti generasi Z yang menjadikan TikTok sebagai medium dakwah efektif dengan mengutamakan pesan singkat dan visual. Sementara itu, Valencia dan Lestari (2024) menemukan bahwa generasi Z mampu membangun pola komunikasi yang menekankan nilai toleransi dalam fenomena “War Takjil” Ramadhan di TikTok. Kajian-kajian tersebut memperlihatkan besarnya pengaruh media digital terhadap komunikasi keagamaan, namun sebagian besar hanya meneliti satu generasi atau fenomena khusus tertentu.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan ilmiah dengan mengkaji secara bersamaan pola komunikasi keagamaan generasi Milenial dan Zoomers dalam konteks sosial keagamaan di Banda Aceh. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis perbandingan lintas generasi dalam ruang sosial yang sama, sehingga dapat memperlihatkan bagaimana perbedaan karakteristik, preferensi media, dan gaya komunikasi memengaruhi kualitas interaksi sosial keagamaan. Fokus ini penting karena dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai tantangan dan peluang dakwah di era digital.

Permasalahan yang muncul adalah adanya perbedaan signifikan dalam pola komunikasi kedua generasi. Generasi Milenial cenderung mengutamakan interaksi tatap muka sebagai sarana pendalaman pemahaman agama, sedangkan Generasi Zoomers lebih menyukai komunikasi singkat, praktis, dan interaktif melalui media digital (Fairuz, 2023).

Perbedaan ini berpotensi menimbulkan fragmentasi: komunikasi digital yang cepat sering kali kurang mendalam, sementara komunikasi tatap muka mulai ditinggalkan oleh generasi muda. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan bagaimana perbedaan pola komunikasi terbentuk, faktor-faktor apa yang melatarbelakanginya, serta sejauh mana perbedaan tersebut memengaruhi kualitas interaksi sosial keagamaan di Banda Aceh.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah mengetahui pola komunikasi generasi Milenial dan Zoomers dalam interaksi sosial keagamaan di Banda Aceh, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pola komunikasi keduanya, serta menganalisis perbedaan dan persamaan dalam praktik komunikasi keagamaan antar generasi tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pemilihan metode ini dimaksudkan untuk memahami secara mendalam pengalaman komunikasi keagamaan generasi Milenial dan generasi Zoomers di Banda Aceh, serta bagaimana mereka memaknai pola komunikasi dalam konteks interaksi sosial keagamaan. Penelitian dilaksanakan di Kota Banda Aceh pada Mei–Juni 2025. Kota ini dipilih karena memiliki karakter masyarakat religius yang kuat sekaligus terbuka terhadap perkembangan teknologi digital, sehingga menjadi konteks yang relevan untuk menelaah perbedaan pola komunikasi antar generasi. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan delapan informan, masing-masing empat dari generasi Milenial dan empat dari generasi Zoomers, yang aktif mengikuti kegiatan keagamaan baik secara tatap muka maupun melalui media digital. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, dengan kriteria usia sesuai generasi masing-masing dan tingkat partisipasi dalam aktivitas keagamaan yang konsisten, sehingga data yang diperoleh mencerminkan pola komunikasi dan interaksi sosial keagamaan masing-masing generasi. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi Badan Pusat Statistik (BPS), artikel berita lokal, unggahan media sosial komunitas keagamaan, serta literatur ilmiah terkait pola komunikasi generasi dan interaksi sosial keagamaan. Adapun daftar informan berdasarkan generasinya adalah sebagai berikut: generasi Milenial (lahir 1981–1996), yaitu Khairullah (1990), Muhammad Zia (1990), Syifa Anisa Geubrina (1996), dan Martinus (1996); serta generasi Zoomers (Generasi Z, lahir 1997–2012), yaitu Muflihahdini (1999), Hafiza Muthari Irsha (2001), Utya Uswana (2003), dan Tengku Putri Isna (2003).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi pada kegiatan keagamaan baik offline maupun online, serta dokumentasi berupa arsip dan data pendukung lainnya. Data yang diperoleh dianalisis dengan model analisis interaktif Miles dan Huberman (2014) yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan validitas, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, sehingga temuan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Hasil dan Pembahasan

A. Pola Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z dalam Interaksi Sosial Keagamaan di Banda Aceh

Hasil penelitian menunjukkan perbedaan yang jelas dalam pola komunikasi sosial keagamaan antara generasi Milenial dan Generasi Z. Generasi Milenial cenderung memilih interaksi tatap muka dalam pengajian dan ceramah, karena komunikasi langsung memungkinkan pertukaran pesan verbal dan nonverbal secara utuh, termasuk ekspresi wajah, intonasi suara, dan bahasa tubuh, sehingga meningkatkan kedekatan emosional dan pemahaman religius (DeVito, 2019). Khairullah, informan Milenial, menyatakan: “Saya biasanya ikut pengajian mingguan di masjid. Rasanya lebih bermakna kalau hadir langsung.”

Generasi Milenial juga memanfaatkan media digital sebagai pelengkap. WhatsApp digunakan untuk koordinasi pengajian dan pengumuman kegiatan, sedangkan Instagram untuk mengakses konten singkat atau berbagi informasi keagamaan. Syifa, generasi Milenial, menyebutkan: “Aku lebih nyaman kalau bahasannya lengkap. Gen Z lebih cepat dan langsung ke inti.” Fenomena ini sejalan dengan temuan Hayati, Ihsan, dan Shaka (2022) bahwa Milenial menggunakan media digital untuk memperkuat interaksi tatap muka, bukan menggantikannya.

Sebaliknya, Generasi Z lebih mengutamakan media digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube untuk mengakses konten dakwah. Feedback melalui komentar, like, atau DM menunjukkan pola komunikasi dua arah tetap berjalan, meski berbasis teknologi. Muflihahdini, Gen Z, menyatakan: “Belajar online lebih fleksibel. Bisa sambil rebahan atau ngerjain hal lain.” Hafiza, Gen Z, menambahkan: “Kadang aku kirim video pendek ke teman, terus kita bahas santai.” Temuan ini mendukung teori komunikasi antarpribadi DeVito (2019), bahwa interaksi interpersonal dapat terjadi meskipun mediana digital.

Secara ilmiah, preferensi ini dapat dijelaskan oleh teori kognitif multimedia, yang menyatakan bahwa cara pesan disajikan (visual, audio, teks) memengaruhi proses pemahaman dan retensi informasi (Tohari, 2024). Dengan kata lain, Gen Z lebih responsif terhadap konten yang singkat, visual, dan estetik.

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Komunikasi Sosial Keagamaan Generasi Milenial dan Zoomers di Banda Aceh

Analisis ilmiah menunjukkan terdapat lima faktor utama:

1. Perkembangan teknologi digital – Media sosial, perangkat pintar, dan internet merevolusi cara generasi muda mengakses ilmu agama. Milenial masih mengutamakan interaksi tatap muka, sedangkan Zoomers membangun relasi spiritual melalui kanal digital (Zaluchu, 2022; Utya Uswana, 2025).
2. Lingkungan sosial dan keluarga – Nilai yang dibentuk keluarga dan komunitas memengaruhi cara individu berinteraksi. Khairullah (Mil) menyatakan: “Kalau

nemu video bagus, saya share ke grup keluarga atau teman kerja. Kadang juga dibahas bareng.” Hafiza (Zoom) menambahkan: “Diskusi kadang santai lewat story atau DM.” Ini sejalan dengan teori sosiokultural Vygotsky bahwa interaksi sosial membentuk internalisasi nilai (Arifin, 2022).

3. Preferensi media dan gaya belajar – Zoomers memilih konten visual, singkat, dan to the point (Tengku Putri, 2025), sedangkan Milenial nyaman dengan narasi panjang dan reflektif (Syifa, 2025). Gaya ini memengaruhi efektivitas komunikasi dan retensi kognitif (Jayadi, 2025).
4. Pengalaman keagamaan personal – Milenial menekankan pengalaman langsung dalam majelis ilmu. Martunis menyebut: “Tatap muka lebih dapet suasananya. Bisa tanya langsung juga.” Zoomers lebih fleksibel: Muflihahdini: “Belajar online lebih nyaman, bisa sambil melakukan hal lain.” Hal ini sesuai teori pembelajaran pengalaman Kolb bahwa pengalaman langsung meningkatkan keterlibatan afektif.
5. Karakteristik generasional – Milenial reflektif dan dialogis, Zoomers ekspresif dan praktis, memengaruhi cara menafsirkan pesan agama dan memilih media penyampaian (DeVito, 2019).

Kelima faktor ini membentuk perbedaan pola komunikasi, namun keduanya tetap menunjukkan komitmen religiusitas yang tinggi.

C. Persamaan dan Perbedaan Pola Komunikasi Sosial Keagamaan antara Generasi Milenial dan Zoomers di Banda Aceh

1. Persamaan – Kedua generasi memanfaatkan media sosial untuk memperkuat nilai keagamaan, membangun komunitas dakwah, dan berbagi konten religius (Hayati, Ihsan, & Shaka, 2022; DeVito, 2019). Milenial menggunakan media digital untuk koordinasi, sedangkan Zoomers memanfaatkan media untuk membangun jaringan virtual. Aktivitas ini menunjukkan komunikasi keagamaan bukan sekadar penyampaian pesan, tetapi juga medium pemaknaan sosial dan penguatan identitas religius.
2. Perbedaan – Milenial lebih suka ceramah panjang, komunikasi tatap muka, dan menekankan kredibilitas penyampai (Tohari, 2024; Muhammad Zia, 2025). Zoomers memilih konten dakwah praktis, visual, singkat, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari (Hafiza, 2025). Struktur interaksi Milenial sekuensial dan kolektif, Zoomers fragmentatif dan adaptif. Perbedaan sikap terhadap otoritas juga muncul: Milenial fokus pada validitas sumber, Zoomers fokus pada relevansi dan efektivitas penyampaian pesan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian global yang menunjukkan generasi digital native menekankan fleksibilitas dan personalisasi komunikasi, sementara generasi sebelumnya menekankan pengalaman tatap muka untuk internalisasi nilai sosial dan

religius (Zaluchu, 2022). Implikasinya, strategi dakwah efektif harus menggabungkan media digital dengan interaksi langsung agar menjangkau seluruh spektrum generasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa generasi Milenial dan Zoomers di Banda Aceh menunjukkan perbedaan pola komunikasi yang signifikan dalam konteks interaksi sosial keagamaan. Generasi Milenial cenderung memprioritaskan komunikasi langsung melalui kegiatan keagamaan tradisional seperti pengajian di masjid, majelis taklim, dan acara komunitas, karena hal tersebut memungkinkan terjalinnya kedekatan emosional dan pemahaman nilai-nilai keagamaan yang lebih mendalam. Sebaliknya, generasi Zoomers lebih memilih komunikasi digital melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, dengan preferensi pada konten singkat, visual, dan mudah diakses, serta interaksi yang terjadi melalui komentar, balasan story, atau pesan langsung. Perbedaan ini dipengaruhi oleh faktor teknologi digital, lingkungan sosial dan keluarga, preferensi media, gaya belajar, serta karakteristik dan nilai-nilai generasi masing-masing. Meskipun berbeda, kedua generasi tetap menunjukkan komitmen religiusitas yang tinggi dan memanfaatkan teknologi untuk membangun komunitas serta mengekspresikan identitas spiritual. Temuan ini menekankan pentingnya strategi komunikasi keagamaan yang inklusif dan adaptif agar dapat menjembatani kesenjangan antar generasi di era digital.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran dapat diajukan bagi pihak terkait. Bagi lembaga keagamaan dan pendakwah, disarankan untuk mengadopsi pendekatan komunikasi yang fleksibel dan adaptif, dengan strategi hybrid yang menggabungkan komunikasi tatap muka bagi Milenial dan konten digital yang menarik bagi Zoomers, sehingga dakwah dapat efektif lintas generasi. Bagi generasi muda, Milenial dan Zoomers dianjurkan meningkatkan literasi digital keagamaan agar mampu menilai kredibilitas informasi yang beredar di internet, sekaligus menjaga toleransi dan inklusivitas dalam interaksi sosial keagamaan baik secara luring maupun daring. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan lokasi dan partisipan serta mempertimbangkan variabel tambahan, seperti pengaruh algoritma media sosial atau peran gender dalam ekspresi keagamaan generasional, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pola komunikasi keagamaan generasi muda.

BIBLIOGRAFI

- Ali, M. (2018). *Agama dan perubahan sosial*. Yogyakarta: LKiS.
- Andhita, S. A. (2017). *Komunikasi antarpribadi*. Sleman: CV Budi Utama.
- Ariyanto, E. (2020). *Pengantar ilmu komunikasi*. Yogyakarta: Diva Press.
- Alviana, R., Kuliayatun, K., & Widayat, P. A. (2023). Minat generasi Milenial dalam mengikuti kajian keislaman di Masjid Darul Lukman Desa Tambah Luhur

- Purbolinggo Lampung Timur. *Profetik: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 1–15.
- DeVito, J. A. (2019). *The interpersonal communication book*. Boston: Pearson.
- Fairuz, F. (2023). Komunikasi dakwah generasi Z di media sosial (Studi deskriptif kualitatif terhadap akun TikTok @nadirsyahosen). Skripsi. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Hayati, I., Ihsan, & Shaka. (2022). Penggunaan media digital untuk memperkuat interaksi tatap muka generasi Milenial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 45–60.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar ilmu antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Analisis data kualitatif: Buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: UI-Press.
- Rizki, A. D. (2021). Interaksi komunikasi generasi Milenial terhadap dakwah di media sosial. Skripsi. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Tohari, A. (2024). *Teori kognitif multimedia dalam komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Valencia, Z. A., & Lestari, A. F. (2024). Pola komunikasi antar budaya generasi Z dalam menjaga toleransi beragama (Studi Kasus War Takjil Ramadhan 2024 di TikTok). *Jurnal Komunikasi Antar Budaya*, 1(1), 1–15.
- Zaluchu, S. E. (2022). Digital religion: Agama dalam kebudayaan digital, teologi, dan sosiologi agama. Yogyakarta: Kanisius.