

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Identitas Moral Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial*

##### 1. Karakteristik Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial*

Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* merupakan hasil pembagian dari para ahli teori generasi. Beberapa ahli memiliki perbedaan dalam membagi perbedaan tahun pada setiap generasi. Perbedaan pembagian berdasarkan karakteristik budaya setempat yang berbeda-beda sesuai daerah masing-masing peneliti. Dan perbedaan lokasi dan kejadian bersejarah atau perbedaan letak geografis, menurut Parry & Uwin (2010) menjadi hal yang diperdebatkan dalam pengelompokan generasi.

Meskipun banyak perbedaan dalam mengelompokkan, terkait dengan kapan dimulainya sebuah generasi dan kapan berakhirnya sebuah generasi, pada dasarnya pengelompokan generasi menurut Parry & Uwin (2010) terdapat dua hal mendasar, yaitu faktor demografi dan faktor sosiologis. Dan faktor sosiologis lebih sering digunakan oleh para ahli dibandingkan faktor demografi yang memuat kesamaan tahun kelahiran.

Pemahaman dasar dari pengelompokan generasi adalah adanya sebuah premis yang menjelaskan bahwa sekelompok individu yang dipengaruhi oleh kejadian-kejadian bersejarah dan fenomena budaya yang terjadi dan dialami pada fase kehidupan mereka (Nobel & Schewe, 2003). Pendapat lain menjelaskan bahwa kejadian sosial historis dan efek budaya

bersama dengan faktor faktor lain, akan berpengaruh pada terbentuknya nilai perilaku individu dan kepribadian (Caspi & Roberts, 2015).

Beberapa ahli dalam mengelompokkan generasi pada dasarnya menyesuaikan pendekatan yang digunakan terhadap fenomena yang terjadi. Berikut ini merupakan beberapa pendapat ahli terkait dengan pengelompokan. Generasi menurut Martin & Tulgan (2002) terdapat dalam tabel berikut :

**Tabel 4.1**

**Pengelompokan generasi menurut Martin & Tulgan**

Nama Generasi	Rentang Tahun
<i>Silent Generation</i>	1925-1946
<i>Baby Boomers</i>	1946-1964
<i>Generation X</i>	1965-1977
<i>Millennials</i>	1978-2000

Pengelompokan dalam tabel 4.1 menunjukkan bahwa Generasi *Millennial* berkisar antara 1978 sampai 2000. Jika diteliti pada tahun 1978 teknologi digital mulai muncul dan berkembang meskipun jumlah dan persebarannya diseluruh dunia masih sedikit. Baru setelah memasuki 1980-an keatas, teknologi digital merambah ke seluruh penjuru dunia. Sedangkan berdasarkan klasifikasi Martin dan Tulgan, Generasi X sebagai orangtua dari Generasi *Millennial* menggambarkan kondisi masa perjuangan yang

masih menyisakan beberapa perjuangan zaman perang dunia ke II dari generasi sebelumnya.

Pengelompokan terbaru dilakukan oleh Bencsik, Csikos dan Juhez (2016) sebagaimana dikutip Putra (2016 : 130) dimana hasil penelitiannya menunjukkan adanya suatu generasi baru yang disebut dengan Generasi Z dan Generasi Alpha. Hasil pengelompokan generasi tersebut adalah,

**Tabel 4.2**

**Pengelompokan generasi menurut Bencsik, Csikos dan Juhez**

Nama Generasi	Rentang Tahun
<i>Veteran generation</i>	1925-1946
<i>Baby Boom generation</i>	1946-1960
<i>X generation</i>	1960-1980
<i>Y generation</i>	1980-1995
<i>Z generation</i>	1995-2010
<i>Alfa generation</i>	2010 +

Sebagaimana generasi yang dimaksud dalam tabel 4.2, generasi pertama merupakan generasi para veteran atau generasi yang bersinggungan dengan perang dunia ke satu dan kedua. Sedangkan *Baby Boom* merupakan generasi yang lahir setelah perang dunia kedua ditandai dengan jatuhnya dua kota di Jepang, Hiroshima dan Nagasaki oleh sekutu. Generasi x adalah anak dari Generasi *Baby Boom* dimana watak generasi pejuang masih teruji sampai bisa mengembangkan teknologi setelahnya. Generasi Y atau disebut

Generasi *Millennial* merupakan generasi yang muncul ditengah-tengah perkembangan teknologi secara umum maupun digital. Adapun Generasi Z merupakan Generasi yang hadir ditengah-tengah teknologi yang sudah menjadi piramida dasar kebutuhan manusia. Misalnya dalam konteks hiburan, *game* dari *handphone* atau *personal computer* mulai digemari anak-anak hingga dewasa. Adapun Generasi Alfa adalah generasi yang lahir ditengah-tengah perkembangan media sosial yang mulai beragam.

Pengelompokan generasi di Indonesia berdasarkan pendapat Ali & Purwandi (2017 : 13), mengelompokkan generasi sebagai berikut,

**Tabel 4.3**

**Pengelompokan generasi menurut Ali dan Purwandi**

Nama Generasi	Rentang Tahun
<i>Baby Boomer</i>	1946-1964
<i>Gen Xer</i>	1965-1980
<i>Millennials</i>	1981-2000
<i>Gen-Z</i>	2001-sekarang

Menurut penelitian Ali dan Purwandi (2016 : 13) generasi Baby Boomer merupakan generasi yang lahir setelah perang dunia kedua. Karakter mereka cenderung idealis dan berpola pikir konservatif. Disebut *Baby Boomer* karena di era tersebut kelahiran bayi sangat tinggi. Adapun Generasi X merupakan anak dari Generasi *Baby Boomer* (atau generasi yang lahir pada tahun 1965-1980). Generasi X merupakan generasi antara

sebelum Generasi *Millennials*. Secara umum karakter generasi ini sudah berbeda dengan generasi sebelumnya. Meskipun masih menyisakan karakter sebelumnya, namun mereka tidak sekonservatif *Baby Boomer*. Sedangkan Generasi *Millennial* dan Generasi Z merupakan kelompok demografis setelah Generasi X. Keduanya memiliki karakter yang sama yaitu fasih dalam menggunakan teknologi serta tidak bisa lepas dari internet.

Sesuai dengan pendapat para ahli, maka bisa disimpulkan generasi *Millennial* merupakan generasi yang lahir pada kisaran tahun 1980-2000. Terlepas dari perbedaan yang timbul tentang mulai dan berakhirnya, pada dasarnya mereka diidentifikasi dengan keadaan sosiologi yang sama. Sedangkan generasi *Post-Millennial* (Generasi Z) merupakan generasi setelah batas akhir tahun pada Generasi *Millennial*. Karena kata *post* (Bahasa Inggris) berarti sesudah, atau setelah. Berdasarkan teori yang banyak disebutkan oleh para ahli generasi setelah *Millennial* disebut dengan Generasi Z (Bencsik, Csikos dan Juhez, 2016 dan Ali dan Purwandi (2017 : 13) maupun Generasi Alpha menurut pendapat Bencsik, Csikos dan Juhez (2016) sebagaimana dikutip Putra (2016 : 130). Penggunaan istilah Generasi *Post-Millennial* pernah digunakan oleh *Nickelodeon* pada tahun 2013. Banyak nama yang disandarkan terhadap generasi tersebut seperti iGen, Gen Wii, Net Gen dan lain-lain. Dalam hal ini peneliti menggunakan istilah *Post-Millennial* dalam menyematkan Generasi Z.

Penduduk asli di Indonesia didominasi oleh generasi muda (penduduk muda). Persentase mereka lebih besar dibandingkan dengan generasi sebelumnya, yaitu generasi *Baby Boomers* maupun Generasi Xers. Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial*, jika ditelusuri sesuai pembagian yang digunakan oleh Ali dan Purwandi (2017 : 13), maka terdapat 33% penduduk di Indonesia pada tahun 2015 yang berusia 15-34 tahun. Bahkan pada penduduk kota seperti halnya di DKI Jakarta, persentase penduduk muda 40%, lebih besar dari pada penduduk di pedesaan. Artinya persentase Generasi *Millennial* sangat besar.

Berdasarkan estimasi data BPS (2013) penduduk Indonesia yang berusia 10-19 tahun atau bisa disebut Generasi *Post-Millennial*, mereka berjumlah 45 juta jiwa atau 19,32 % dari seluruh total penduduk Indonesia. Jika dijumlahkan maka persentase dari Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* berjumlah 52,32 %. Artinya setengah lebih penduduk Indonesia didominasi oleh generasi muda. Dengan banyaknya jumlah generasi muda maka semakin besar perubahan-perubahan sosial yang terjadi di masyarakat.

Pertumbuhan penduduk menimbulkan pergeseran masyarakat yang sebelumnya cenderung menetap sebagai masyarakat rural menjadi masyarakat urban yang sangat besar mobilitasnya. Berdasarkan data sensus penduduk dari BPS tahun 2010 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang tinggal di kota mencapai 49,8 % dan diproyeksikan akan bertambah menjadi 56,7 % pada tahun 2020. Artinya setengah lebih penduduk di

Indonesia tinggal di perkotaan. Pertumbuhan penduduk perkotaan kembali menjadi penyebab pergeseran budaya dan perilaku sosial masyarakat yang akan mudah dijumpai.

Pergeseran budaya dan perilaku sosial masyarakat membentuk sebuah karakter baru khususnya pada Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial*. Pergeseran budaya dan perilaku sosial sangat erat kaitannya dengan perkembangan teknologi informasi. Internet sebagai salah satu unsur pokok dari perkembangan teknologi informasi secara tidak langsung menghasilkan sebuah generasi yang baru (Ayun, 2015 : 1). Menurut Ali dan Purwandi (2016 : 15), generasi yang dimaksud adalah Generasi *Millennial*. Menurutnya, Generasi *Millennial* merupakan generasi yang unik dan berbeda dengan generasi yang lain. Dimana generasi ini banyak dipengaruhi oleh *smartphone*, internet dan media sosial, yang akan mempengaruhi pola pikir, nilai dan perilaku.

Generasi muda yang erat dengan teknologi juga bisa disebut sebagai *digital native* atau *net generation*. Mereka adalah penutur asli dari bahasa digital, karena lahir di era yang serba digital (Prensky, 2001 : 1). Generasi ini dihitung mulai tahun 1980 keatas. Di Indonesia, internet baru (banyak) bermunculan pada awal tahun 1990-an. Maka generasi yang lahir pada tahun tersebut merupakan bagian dari generasi digital yang dianggap bersinggungan langsung dengan teknologi informasi (Monggilo, 2016 : 34). Berdasarkan penelitian yang dipaparkan oleh Ali dan Purwandi (2016 : 6), pada tahun 2014 pengguna internet di Indonesia mencapai 83,7 juta

pengguna. Prediksi dari data penelitiannya juga menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia dari tahun ketahun semakin tinggi. Pada tahun 2019 diprediksi akan berjumlah 133,5 juta pengguna. Sedangkan pertumbuhan tersebut didominasi oleh generasi muda yang tidak lain adalah Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial*.

Menurut Ali dan Purwandi (2017 : 7) Generasi *Millennial* memiliki karakteristik yang khas. Karakter tersebut adalah *creative*, *confidence* dan *connected* atau disingkat dengan 3C. Pertama, maksud dari kreatif adalah generasi ini terbiasa berfikir diluar kebiasaan (*out of the box*) dan kaya akan ide maupun gagasan. Kedua, generasi tersebut merupakan generasi yang sangat percaya diri dan berani mengungkapkan pendapat. Ketiga, generasi tersebut merupakan generasi yang pandai bersosialisasi, terutama dalam komunitas yang diikuti dalam dunia nyata atau digital (seperti *facebook*, *twitter*, *path*, *instagram* dan sosial media yang lain). Dalam pengertian lain mereka merupakan generasi yang fasih dengan teknologi informasi yang ada. Sosial media dan internet kemudian menjadi kebutuhan dasar dalam hidup mereka.

## 2. Identitas Moral Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial*

Kata identitas jika diartikan secara sederhana artinya adalah jati diri (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Sedangkan jati diri maksudnya adalah ciri-ciri, gambaran, keadaan khusus seseorang atau suatu benda, atau identitas. Sedangkan karakter menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sifat-sifat kejiwaan akhlak atau budi pekerti yang membedakan

seseorang dari yang lain, tabiat, watak. Adapaun moral merupakan (ajaran tentang) baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban dan sebagainya, atau akhlak, budi pekerti dan susila. Jika dilihat benang merah dari beberapa definisi diatas maka identitas moral merupakan suatu karakter atau watak baik dan buruk yang menggambarkan seseorang ataupun suatu kelompok.

Menurut Hogg (1993) dan Hogg & Abraham (1998) dan Turner (1991) sebagaimana yang dikutip oleh Gudykunst (2002 : 259) identitas merupakan suatu hal yang diproduksi dalam kategori sosial. Kategori tersebut bisa etnisitas, jender, afiliasi politik dan seterusnya. Individu bisa diposisikan sebagai bagian dari kategori sosial (masyarakat) tersebut. Maka teori antara identitas individu dan identitas sosial (kelompok-generasi) sangat berhubungan. Generasi yang memiliki ciri-ciri dan karakteristik tersendiri membentuk sebuah identitas sosial yang bisa diamati melalui realita sosial yang ada.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya oleh peneliti, Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* memiliki identitas yang berbeda dengan generasi lainnya. Identitas yang melekat dari Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* adalah generasi yang “melek” teknologi. Kehidupan generasi tersebut tidak bisa dilepaskan dari teknologi terutama internet dan *entertainment* atau hiburan (Ali dan Purwandi, 2016 : 15). Terlebih Generasi *Post-Millennial* merupakan generasi yang tingkat konsumsi internetnya

lebih tinggi dibandingkan generasi-generasi sebelumnya (Ali dan Purwandi, 2016 : 29).

Mengambil pendapat dari Bauman (2000) yang menggunakan metafor modernitas cair, moral pada era modernitas cair ini dianggap banyak mengikis sensitivitas moral individu. Elliot (2007) sebagaimana yang dikutip oleh Hapsoro (2016 : 216) menambahkan bahwa individu menjadi bebas dengan pilihannya karena mengikuti kecepatan perubahan yang terjadi pada era ini. Moralitas sendiri dipahami sebagai dorongan lahiriah yang melekat pada manusia. Meskipun fitrah manusia diberkahi dengan kemampuan moral yang sifatnya prasosial, akan tetapi bukan berarti bahwa manusia akan selalu berbuat baik dalam kehidupannya, Crone (2008) sebagaimana dikutip oleh Hapsoro (2016 : 216).

Mengutip pendapat dari Bauman (2013), sebagaimana dikutip oleh Hapsoro (2016 : 216), mengungkapkan dari berbagai dimensi kehidupan sosial, modernitas cair adalah sinyal korosi sensitivitas dari moral individu. Maksud dari pendapat Bauman tersebut, merupakan sebuah peringatan tentang kerusakan yang terjadi pada moral generasi yang bersinggungan langsung dengan proses modernisasi. Jika dilihat sampai pangkal muaranya, efek yang timbul secara global bisa ditemui sebagai kumulatif moralitas sebuah kelompok sosial di masyarakat. Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* sebagai generasi yang bersinggungan langsung terhadap fenomena globalisasi atau modernisasi, tentu mempunyai tantangan dan identitas moral tersendiri, yang secara kumulatif melekat dalam diri mereka.

Identitas moral Generasi *Millennial* dalam hal finansial, diantaranya adalah identik dengan perilaku konsumsi atau daya beli yang tinggi (Ali dan Purwandi, 2017 : 12). Sedangkan dalam hal penggunaan internet, setidaknya mereka memiliki beberapa karakter dan penyebab perilaku. Diantaraya adalah kecanduan internet, akses internet di setiap tempat (dimana saja), akses internet disetiap waktu, dan tidak bisa lepas dari *chatting* dan sosial media (Ali dan Purwandi, 2017 : 20-25).

Pergeseran budaya atau kebiasaan yang lain adalah terdapat pada penggunaan aplikasi *online* yang mereka gunakan untuk aktifitas keseharian generasi tersebut. Diantara aktifitas yang didukung dalam aplikasi *smartphone* mereka adalah perilaku penggunaan transportasi *online*, belanja *online* (*online shop*). Musik menjadi sarana hiburan yang cukup masif ditengah tengah Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* tersebut. Data yang dipaparkan oleh Ali dan Purwandi (2017 : 28) dalam buku mereka menyebutkan bahwa selain musik, film dan *games* menjadi sarana hiburan yang cukup banyak diminati oleh Generasi *Millennial* terlebihnya Generasi *Post-Millennial*.

Dalam kehidupan sosial dan budaya Generasi *Millennial*, memiliki perilaku unik yang melekat tiga entitas, diantaranya adalah masyarakat muda yang terbuka, individualis dan masyarakat yang multikultur sehingga muncul budaya-budaya baru (Ali dan Purwandi, 2016 : 21). Yang dimaksud masyarakat muda yang terbuka adalah membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik (Ayun, 2015 : 2). Contoh kasus yang terjadi

adalah remaja atau masyarakat muda lebih berani dalam mengunggah segala kegiatan pribadi di akun media sosial yang disaksikan oleh teman-temannya maupun pengguna media sosial lainnya.

Dalam kehidupan keberagamaan, Generasi *Millennial* merupakan generasi yang cenderung individualis dan lebih menempatkan materi di atas segalanya (Ali dan Purwandi, 2016 : 25). Dalam konteks kajian ilmu agama, ulama sebagai pemegang otoritas ilmu keagamaan mulai “dikesampingkan” seiring dengan internet yang dijadikan sebagai sumber alternatif bagi sebagian Generasi *Millennial* (Ali dan Purwandi, 2016 : 26). Akibatnya metode belajar sering disalahgunakan sebagai bentuk dari kemalasan untuk belajar langsung dengan ustadz atau ulama yang berotoritas dengan ilmunya. Dalam pengertian sederhana, belajar agama mutlak dari internet hanya akan menimbulkan miskonsepsi pemahaman.

## **B. Moral Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* Perspektif Pendidikan**

### **Islam.**

Ali dan Purwandi (2017 : 7) menjelaskan bahwa Generasi *Millennial* memiliki karakteristik yang khas. Karakter tersebut adalah *creative*, *confidence* dan *connected* atau disingkat dengan 3C. Pertama, maksud dari kreatif adalah generasi ini terbiasa berfikir diluar kebiasaan (*out of the box*) dan kaya akan ide maupun gagasan. Kedua, generasi tersebut merupakan generasi yang sangat percaya diri dan berani mengungkapkan pendapat. Ketiga, generasi tersebut merupakan generasi yang pandai bersosialisasi, terutama dalam komunitas yang

diikuti dalam dunia nyata atau digital (seperti *facebook, twitter, path, instagram* dan sosial media yang lain). Dalam pengertian lain mereka merupakan generasi yang fasih dengan teknologi informasi yang ada. Sosial media dan internet kemudian menjadi kebutuhan dasar dalam hidup mereka.

Kreatifitas dalam urusan dunia menurut pandangan agama Islam tidak dipersoalkan atau dipermasalahkan. Karena kreatifitas juga merupakan salah satu wujud dari model-model pengembangan metode pendidikan. Dalam konteks umum kreatifitas merupakan bentuk dari usaha atau upaya dalam mengubah suatu kondisi seseorang atau kelompok tertentu. Hal tersebut bisa dikaitkan dengan kandungan Al Qur'an dalam Surat Ar Ra'd ayat 11 yang isinya adalah "*Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada mereka sendiri.*" Makna sederhana dari ayat tersebut adalah seseorang tidak akan berubah nasibnya jika tidak merubah nasibnya sendiri dengan usaha-usaha dan kreatifitasnya. Pekerjaan atau nasib seseorang termasuk dalam ranah yang bisa dikembangkan melalui kreatifitas tertentu yang tidak berseberangan terhadap nilai-nilai umum agama.

Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* merupakan generasi yang kaya akan ide dan gagasan. Dalam hal bisnis mulai banyak merambat menggunakan fasilitas media sosial. Industri atau bisnis *start-up* seperti Go-Jek, Bukalapak dan seterusnya merupakan hasil karya kreatifitas generasi tersebut. Dalam perspektif ajaran Islam, Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam* adalah seorang nabi yang tidak banyak tahu tentang ilmu dunia dibandingkan dengan para sahabatnya. Hal tersebut bisa dilihat dari hadits Anas tentang mengkawinkan

kurma. Suatu waktu Nabi *shallallahu 'alaihi wassalam* melihat sahabatnya yang sedang mengawinkan kurma dan kemudian Nabi *shallallahu 'alaihi wassalam* bertanya, “*Apa ini ?* dan para sahabatnya menjawab, “*dengan begini, kurma jadi baik wahai Rasulullah*”. Kemudian Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam* bersabda, “*seandainya kalian tidak melakukan seperti itu pun, niscaya kurma itu tetaplah bagus.*” Dalam keterangan hadits ini dijelaskan bahwa para sahabat tidak mengawinkan kurma lagi, dan kemudian kurma tersebut justru malah menjadi jelek. Dan Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam* ketika melihat kurma tersebut bertanya, “Kenapa kurma itu bisa jadi jelek seperti ini? Dan kemudian para sahabat menjawab, “Wahai Rasulullah, engkau telah berkata kepada kita begini dan begitu..” Kemudian Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam* bersabda, “*Kamu lebih mengetahui urusan duniamu*” (HR. Muslim No. 2363).

Anjuran untuk berkeaktifitas terhadap perkara dunia dibenarkan oleh Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam*. Umat muslim terutama generasi muda muslim (*millennial* dan *post-millennial*) sangat berpotensi dalam mengembangkan karya dan gagasan dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Peluang ini harus dimanfaatkan secara baik dan benar untuk memunculkan identitas yang positif bagi Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial*.

Karakter lain dari Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* adalah percaya diri (*confidence*). Karakter mereka dilihat dari karakter dalam menggunakan media sosial. Dalam menggunakan media sosial, generasi tersebut

lebih terbuka dan banyak berdebat secara terbuka terhadap segala fenomena yang sedang terjadi. Selain itu karakter mereka dilihat dari sikap berani dalam mengemukakan pendapat dan gagasan secara langsung dalam wadah-wadah tertentu di masyarakat sosial. Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* merupakan generasi yang tidak sungkan menyampaikan ide, kritik dan gagasan kepada publik. Hal tersebut terlihat dalam aktifitas bersosial media yang sangat sosial ekspresif. Aktifitas keseharian mereka hampir bisa dikatakan mendominasi *postingan* dalam akun-akun media sosial mereka dibandingkan dengan informasi ataupun kabar berita.

Fenomena karakter percaya diri dalam generasi ini merupakan sikap positif yang perlu dibimbing kearah yang bermanfaat dan lebih produktif. Dalam urusan berdebat dan kritik umum terhadap suatu fenomena, arahan terhadap sikap-sikap yang benar dan beradab perlu menjadi fokus perhatian. Selebihnya, sikap percaya diri merupakan sebuah sikap yang menggambarkan bahwa seseorang mempunyai nilai dasar moral atau kepribadian yang baik. Sebab Al Qur'an menjelaskan bahwa, "*Janganlah kamu lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, karena kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.*" (QS. Ali Imran : 139). Bagi orang yang beriman dan mengimplementasikan keimanannya dengan perbuatan-perbuatan yang baik dan benar, maka kekuatan dan percaya diri, kebahagiaan dan kegembiraan akan hadir dalam kehidupannya. Iman menjadi syarat mutlak seseorang memiliki rasa percaya diri yang benar.

Sedangkan menurut Zerry Izka (2014), percaya diri akan timbul dan hadir jika seseorang menumbuhkan konsep diri. Menumbuhkan konsep diri diantaranya berasal dari peran yang dimainkan, identitas sosial yang dibangun, perbandingan dengan orang lain, kesuksesan dan kegagalan, serta pandangan orang lain mengenai diri kita. Motivasi yang ditumbuhkan dari hal-hal tersebut bisa terwujud secara benar jika dilandasi dengan rasa iman dan buah iman dari perilaku sehari-hari kita. Karena keberhasilan dan kesuksesan didorong melalui rasa percaya diri.

Sedangkan identitas Generasi *Millennial* lainnya adalah terhubung (*connected*). Generasi ini merupakan generasi yang pandai dalam bersosialisasi dan berkomunikasi terutama dalam dunia sosial media dan internet. Aktifitas komunikasi banyak dilakukan melalui media sosial. Untuk melakukan bisnis atau transaksi kini tidak perlu bertemu secara langsung. Melalui media sosial, jasa kirim barang dan transfer uang, merupakan rangkaian kemudahan dalam hal bisnis yang mulai berkembang. Kemudahan kemudahan dari berbagai aplikasi yang dibuat merupakan kenikmatan buah hasil dari usaha manusia.

Pada dasarnya komunikasi yang baik menurut agama Islam adalah komunikasi yang jauh dari sikap mencaci, menghujat, berkata kotor atau kasar, tidak mengghibah, tidak berbohong. Bahasa yang baik dan sopan, serta bahasa yang menunjukkan kedekatan personal sangat dianjurkan. Dalam media sosial, penggunaan kata-kata juga perlu diperhatikan. Pendidikan Islam pada dasarnya memperhatikan perilaku manusia dalam bertutur, bertindak dan berasa. Dari yang sifatnya rohani amupun jasmani semua diperhatikan. Media sosial yang

sekrang mulai menjadi kebutuhan dasar manusia terutama dalam hal komunikasi, merupakan peluang besar dalam menyampaikan pelajaran-pelajaran penting, dan informasi-informasi penting lainnya.

Media sosial menjadi peluang bagi pengembangan dakwah bagi seluruh generasi. Nilai-nilai yang disusupkan dalam konten media sosial sangat mudah dan lebih bernilai atau efektif dibandingkan dengan ceramah di mimbar mimbar. Meskipun sifatnya bukan tujuan pokok, namun langkah tersebut cukup membantu jalannya penyebaran edukasi bagi masyarakat. Setiap masyarakat yang berada diujung pelosok atau daerah, dengan media sosial mereka bisa mengakses konten edukasi tersebut dengan mudah. Hubungan antara masyarakat kota dan desa juga lebih mudah. Artinya hubungan persaudaraan atau siaturahim sangat baik bagi seseorang yang berbeda ruang dan waktunya. Tiga karakter atau identitas tadi merupakan hal yang menjadi perhatian penting untuk memanfaatkan peluang yang ada. Meskipun peluang yang baik sangat banyak, namun tantangan yang dihadapi juga tidak sedikit.

Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* sebagaimana yang dijelaskan dalam sub bab sebelumnya, merupakan generasi yang *melek* dengan teknologi. Generasi tersebut bersinggungan langsung dengan teknologi informasi, internet maupun *smartphone*. Tipologi generasi muda dalam menggunakan internet menurut Monggilo (2016 : 46) adalah sebagai informasi, komunikasi dan sosialisasi, hiburan, dan rekreasi serta ekspresi diri. Monggilo juga mengimbuhkan bahwa tipologi berinternet generasi muda dapat mengarah pada

aktivitas buruk jika tidak ada langkah untuk menghadapi pengaruh negatif yang terjadi.

Perkembangan telekomunikasi dan informasi yang seharusnya mempermudah kita untuk dapat menjangkau dunia lebih dekat dan dengan cepat memperoleh informasi, malah menjadi *boomerang* bagi remaja kita, mereka lebih mendapatkan informasi-informasi yang negatif yang dapat merusak kehidupannya (Budiman dan Sista, 2017 : 127). Dalam perkembangan teknologi yang katanya dapat mempermudah kita malah menjadi media imitasi (peniruan) dan pendidikan yang tidak baik.

Kasus nyata yang sering ditemui terkait dengan moral generasi muda, yaitu pembunuhan dan kekerasan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Astuti dan Nurmalita (2014) bahwa studi eksperimental menunjukkan ada korelasi positif kaitannya terhadap *games* dan tingkat kejahatan pada kalangan remaja. Terlebih jika *games* tersebut banyak mengandung unsur kekerasan dan pembunuhan. Fenomena “klitih” atau sekelompok anak muda yang saling bermusuhan antara satu dengan yang lain beberapa tahun ini di Yogyakarta dipicu oleh faktor yang boleh jadi merupakan dampak tidak langsung dari teknologi. Meskipun faktor mayor lainnya lebih dominan terkait motivasi mereka dalam berbuat kekerasan, akan tetapi hasil pencerematan dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa teknologi dan *games* salah satu media imitasi yang nyata.

Maraknya kasus pembunuhan atau kekerasan dengan motif yang variatif dikalangan remaja, merupakan catatan merah bagi moralitas generasi muda. Umumnya remaja telah memahami dan menyadari tentang baik dan buruk

khususnya perilaku kekerasan atau pembunuhan. Meskipun secara fakta masih dijumpai kasus kekerasan dikalangan mereka. Permasalahan pokok terdapat pada *moral feeling* mereka dalam mempraktikkan pengetahuan nilai-nilai moral dasar. Karena mengetahui baik dan buruk sesuatu belum tentu seseorang akan berperilaku baik.

Berdasarkan nilai ajaran agama Islam, kekerasan merupakan perbuatan yang dzalim terhadap orang lain. Terlebih pembunuhan merupakan kejahatan yang termasuk dalam kategori dosa besar sebagaimana yang diklasifikasikan dalam Kitab Al-Kabaa'ir karya Ad-Dzahabi. Islam sangat mengecam kekerasan dan pembunuhan. Dalam perspektif pendidikan Islam, pengetahuan dan pembiasaan berperilaku baik semua diperhatikan. Sebagai solusi dari permasalahan yang timbul, sebagaimana pendapat dari Seyyed Hossein Nasr (Iqbal, 2015 : 361) menjelaskan bahwa anak lahir dalam keadaan fitrah memiliki potensi untuk bertauhid dan berpotensi menjadi baik. Artinya peluang membentuk dan mengarahkan anak atau generasi kepada moral yang baik sangat besar peluangnya. Nasr juga berpendapat bahwa untuk mewujudkan masyarakat yang bermoral perlu didukung dengan kesadaran masyarakat terhadap pendidikan. Konsep sederhana yang Nasr rumuskan adalah mewujudkan *learning society*. Dengan masyarakat belajar, harapannya muncul rasa *self belonging* terhadap keadaan yang ada dalam masyarakat dan negara. Ringkasnya tanggung jawab manusia terhadap pendidikan menurut Nasr selain terhadap Tuhannya, juga terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Generasi *Millennial* maupun *Post-Millennial* sebagai identitas suatu kelompok generasi muda mempunyai ikatan secara tidak langsung dengan teman-teman sebaya mereka. “Pengaruh kelompok ini bagi kehidupan mereka sangat kuat, bahkan seringkali melebihi pengaruh keluarga” (Budiman dan Sista, 2017 : 129). Merespon terhadap fenomena tersebut, orangtua atau anggota keluarga yang lain wajib menjaga dan mengawasi segala perilaku mereka, agar terhindar dari hal-hal yang buruk (tidak sesuai dengan ajaran Islam). Karena dalam Al Qur’an pendidikan keluarga sangat ditekankan. Kandungan dalam Surat At Tahrim ayat 6, menjelaskan agar siapapun diri kita (yang mengaku beriman) harus melindungi diri, keluarga dan anak-anaknya dari ancaman api neraka. Jika generasi muda dibiarkan dalam sisi negatif, hal tersebut menjadikan mereka *overacting* dan menyalurkan energi mereka dalam tujuan yang sifatnya merusak. Dengan demikian kewajiban bagi orang disekitarnya adalah mendidik dan membina mereka. Jika dibiarkan, di akhirat seseorang akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah *ta’ala*.

Menurut Nashih Ulwan (1992) sebagaimana yang dikutip oleh Setiawan (2017 : 19), fungsi seseorang sebagai pendidik (atau hal ini adalah aktor yang mendidik dan membina anak maupun anggota keluarga lainnya) akan bisa dilaksanakan dengan baik jika orang tersebut melakukan tiga hal, yaitu memerintahkan, mencegah dan mengawasi. Selain itu hal terpenting lainnya adalah berusaha dengan maksimal agar bisa menjaga dirinya sendiri dari ancaman siksa api neraka.

Melihat data dari Ali dan Purwandi (2016 : 15-16), bahwa konsumsi internet Generasi *Millennial* jauh lebih tinggi dibanding dengan *Xer* (generasi sebelum *Millennial* / orangtua dari Generasi *Millennial*), terutama di *younger millennial generation* (15-24 tahun) atau bisa dimasukkan dalam generasi *Post-Millennial* (Generasi Z). Artinya generasi orangtua (*Xer*) tidak banyak yang menggunakan teknologi atau internet karena disebabkan oleh faktor faktor yang variatif. Jika karena faktor ketidapkahaman tentang penggunaan internet maka pengetahuan tentang konten dan dampak negatif dari internet perlu diperhatikan kembali oleh orangtua. Dengan memperhatikan fenomena tersebut maka proses pengawasan dari orangtua dalam mendidik anak cenderung lebih mudah dan terkontrol.

Perhatian orangtua terhadap anaknya diantaranya adalah pengawasan tentang intensitas penggunaan internet. Ciri Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* dalam menggunakan internet adalah sifat generasi yang mulai kecanduan internet. Hasil riset dalam buku yang ditulis oleh Ali dan Purwandi (2017 : 20-21) menunjukkan bahwa mayoritas Generasi *Millennial* merupakan pengguna internet *medium user* dan *heavy user*. Mereka menggunakan internet antara 1 hingga 6 jam perhari. Sedangkan pengguna yang termasuk kategori kecanduan diukur dari penggunaan internet mulai dari 7 sampai 13 jam. Dan menurut data yang dipaparkan penggunaan internet diatas 7 jam mayoritas berasal dari kalangan muda. Hal itu menunjukkan bahwa Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* memiliki intensitas penggunaan internet yang cukup tinggi. Menurut Ivan Goldberg sebagaimana yang dikutip oleh Nurmandia (2013)

Youarti dan Hidayah (2018 : 31), menyebutkan bahwa orang mengalami gejala kecanduan terhadap internet disebabkan karena, sering lupa waktu, gejala menarik diri, munculnya sebuah kebutuhan konstan, kebutuhan akan peralatan komputer, sering berkomentar, berbohong dan rendah prestasi.

Perspektif ajaran agama, Islam mengajarkan agar tidak membuang-buang waktu yang tidak bermanfaat bagi seseorang. Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam* bersabda, “*Diantara kebaikan Islam seseorang adalah meninggalkan hal yang tidak bermanfaat*” (HR. Tirmidzi No. 2317, Ibnu Majah No. 3976. Hadits ini *shahih*, menurut Al Albani). Makna dari hadits ini dalam Kitab *Jami' 'Ulum wal Hikam* (Ibnu Rajab : 208) adalah meninggalkan perkara perkara yang tidak bermanfaat merupakan sebagian dari hal-hal yang bisa mendatangkan kebaikan keislaman seseorang. Semakin seseorang meninggalkan hal-hal yang tidak penting bagi dirinya dan mengerjakan hal-hal yang telah diarahkan dalam agama, maka orang tersebut akan memperoleh kebahagiaan yang hakiki.

Generasi *Millennial* menggunakan teknologi sebagai hubungan sosial didunia maya dan mempermudah aktifitas keseharian mereka, selain itu juga mereka gunakan sebagai sarana hiburan. Ali dan Purwandi (2017 : 28) menyebutkan bahwa sarana hiburan bagi Generasi *Millennial* diantaranya adalah musik (baik daring maupun luring hasil unduhan), video/ *movies*, *games* dan radio. Hasil riset menunjukkan 66,3% responden pernah mengakses musik selama setahun terakhir dan 61,1% responden pernah menikmati musik secara *live streaming* dan 50,2% responden pernah mengunduh musik. Hiburan bagi

sebagian orang berfungsi sebagai sarana mencari kesenangan atau kebahagiaan. Pandangan hidup bagi seorang muslim dalam memperoleh suatu kebahagiaan, didapatkan dari keimanan dan amal shalih. Allah *ta'ala* berfirman dalam Surat An Nahl ayat 97 yang berbunyi, “*Barangsiapa yang mengerjakan amal shalih, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik*”. Dalam ayat lain seperti Surat Az Zumar ayat 10, Allah juga menegaskan bahwa,

*Katakanlah, Hai hamba-hambaKu yang beriman, bertakwalah kepada Tuhanmu. Orang-orang yang berbuat baik didunia ini memperoleh kebaikan. Dan bumi Allah itu luas. Sesungguhnya hanya orang-orang yang bersabarlah yang dicukupkan pahala mereka tanpa batas.*

Sebagai seorang muslim tujuan hidup paling utama adalah untuk beribadah kepada Allah *ta'ala*. Sebagaimana yang telah diterangkan dalam Al Qur'an Surat Adz Dzariat ayat 56, “*Tidaklah Aku ciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepadaKu*”. Allah *ta'ala* secara eksplisit menerangkan bahwa tujuan hidup manusia adalah untuk beribadah kepadaNya. Sedangkan maksud dari ibadah adalah istilah yang meliputi segala sesuatu yang dicintai Allah dan diridhaiNya, berupa ucapan maupun perbuatan yang tampak maupun yang tersembunyi (Al Fauzan, 2013 : 2). Sedangkan menurut Syaikh Muhammad Abdul Wahhab *rahimahullah* dalam matan Qawa'idul Arba' menyebutkan ada tiga penyebab kebahagiaan. Penyebabnya adalah apabila diberi kenikmatan bersyukur, apabila ditimpa musibah bersabar, apabila terjatuh dalam perbuatan dosa beristighfar (Al Fauzan, 2016 : 7).

Allah memerintahkan agar seorang hamba mengarahkan tujuan dan perilakunya dalam ibadah. Perbuatan yang dilakukan agar senantiasa diarahkan

dalam koridor yang telah ditetapkan. Islam tidak melarang kebebasan, kreatifitas dan inovasi. Karena dalam urusan dunia (muamalah) hukum asalnya adalah boleh selama tidak ada keterangan (dalil) yang melarangnya. Dalam kaidah fikih disebutkan bahwa “hukum asal segala sesuatu adalah mubah, kecuali setelah ada dalil yang mengharamkannya” (dikutip dari <http://tarjih.or.id/hukum-game-online>). Melihat konteks budaya penggunaan internet Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial*, ada beberapa hal yang perlu dikontrol. Yaitu membatasi akses penggunaan sesuai dengan kebutuhan yang sewajarnya.

Hasil riset yang dilakukan Ali dan Purwandi (2017 : 23), menyebutkan bahwa *device to acces internet* paling tinggi adalah melalui *smartphone* (dengan persentase 99,1%). Disusul oleh Personal Laptop (PC), Personal Netbook, Tablet PC, Home PC dan terakhir IPAD. Fitur *smartphone* yang sering digunakan adalah *instant messenger* dan sosial media. Diantara fitur *instant messenger* adalah BBM, *WhatsApps*, *Line*, *Telegram*. Sedangkan fitur sosial media diantaranya seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*, *path* dan lain-lainnya. Frekuensi penggunaan fitur *smartphone* berdasarkan riset dari Ali dan Purwandi (2017 : 23) yang tertinggi adalah *instant messenger* dengan persentase 63,5% dan disusul sosial media dengan persentase 25,7% dan persentase *browser/ internet* 5,6%, *games* sebesar 2,6%.

Penggunaan *smartphone* merupakan *device* yang paling banyak digunakan oleh *Millennial*, hal tersebut menjadi indikator bahwa mereka mengakses internet disetiap tempat selama mereka menginginkannya (Ali dan Purwandi, 2017 : 24). Aktivitas terbanyak mereka gunakan sebagai *chatting/*

*messaging*. Dengan fitur tersebut kini pesan teks, kirim gambar, dokumen, telepon atau bahkan *videocall* bisa dilakukan dengan mudah. Meskipun aktifitas *texting* masih tertinggi dibandingkan dengan yang lainnya (berdasarkan data Ali dan Purwandi sebesar 50,6%). Berkirim pesan atau *texting* biasanya mereka lakukan dengan teman sebaya mereka. Dalam grup *chatting* di *WhatsApp* misalnya, menjadi salah satu aktifitas yang menyita waktu untuk membaca atau mengomentari setiap *posting*-an yang dilontarkan oleh beberapa anggota grup.

Beberapa perilaku yang bermunculan dalam menggunakan sosial media atau internet diantaranya menulis status, berkomentar dalam status teman dan lain-lainnya menjadikan seseorang lupa waktu (Tim Syariah Publishing [perh], 2014 : 10). Akibat dari perilaku tersebut adalah melalaikan beberapa kewajiban yang sifatnya rutinitas seperti shalat. Jika sampai taraf kecanduan internet, dalam perkara kewajiban ibadah shalat, seseorang akan cenderung meremehkan atau bahkan mengabaikannya. Allah *ta'ala* mengancam keras bagi orang yang meninggalkan (lalai) shalat. Allah berfirman dalam surat Al Maa'uun ayat 4-5 yang isinya, "*Maka kecelakaanlah bagi orang yang shalat, (yaitu) orang-orang yang lalai dari shalatnya.*" Imam Ibnu Katsir *rahimahullah* menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan orang-orang yang lalai dari shalatnya adalah, pertama orang yang menunda shalat dari awal waktunya, kedua adalah orang tersebut tidak melaksanakan rukun dan syarat shalat, dan ketiga adalah orang tidak *khusyu'* dalam shalat dan tidak merenungi makna bacaan shalat.

Mengutip kembali dari penelitian Astuti dan Nurmalita (2014) terkait dengan dampak teknologi informasi yang cukup marak ditemui adalah persoalan

pornografi. Dalam lingkup sosial psikologi anak, pornografi menjadi sebuah tantangan yang cukup serius mengingat akses membuka konten pornografi sangat mudah. Beberapa langkah pencegahan dan pengawasan perlu dilakukan sebagai proses preventif menghindari dampak yang ditimbulkan. Sulistiani (2016 : 103-106) mengungkapkan bahwa penanganan dalam mencegah kejahatan dan penyimpangan seksual dalam perspektif pendidikan Islam, diantaranya adalah, memperkenalkan jenis laki-laki dan wanita serta batas auratnya, memisahkan tempat tidur anak, menanamkan jiwa maskulin dan feminin pada anak (sesuai jender masing-masing), menanamkan adab meminta izin, mendidik agar menjaga pandangan mata, mendidik anak agar tidak melakukan khalwat dan ikhtilat, mengajarkan tentang nilai pernikahan. Dengan menanamkan dan memberikan wawasan pengetahuan kepada anak dari kecil, naluri tentang baik dan buruk akan otomatis menjadi benteng yang cukup, dalam menghadapi hal-hal yang buruk khususnya pornografi.

Kasus kekerasan anak berdasarkan data Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI, 2015) mencatat setidaknya pada tahun 2014 ada 5066 kasus. Secara umum data tiap tahunnya menunjukkan adanya kenaikan angka. Motif dari kekerasan yang timbul akibat tersebarnya konten pornografi tidak bisa dihindari tanpa adanya sanksi hukum bagi pelaku tindak kekerasan dan pembatasan akses di internet oleh pemerintah (<http://kpai.go.id/berita/kpai-pelaku-kekerasan-terhadap-anak-tiap-tahun-meningkat/>). Peran pemerintah sebagai pembuat regulasi hukum juga menentukan kelangsungan generasi muda dalam menghadapi permasalahan moral dari pornografi. Sebagaimana yang

termaktub dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 23 2002 tentang Perlindungan Anak,

Perlindungan anak adalah segala kegiatan untuk menjamin dan melindungi anak dan hak-haknya agar dapat hidup, tumbuh, berkembang, dan berpartisipasi, secara optimal sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, serta mendapat perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi.

Perlindungan anak (generasi muda) merupakan hak asasi anak yang diperjuangkan mulai dari keluarga dan lingkungan sekitar (masyarakat). Peran dari pemerintah juga tidak bisa dipisahkan. Walaupun pendidikan keluarga dan masyarakat dinilai mencukupi untuk menuntaskan permasalahan yang ada, namun pemerintah juga memiliki kewajiban melakukan berbagai langkah perlindungan. Langkah kebijakan secara hukum maupun edukasi dan sosialisasi semua bisa dilakukan sebagai pelaksanaan dari undang-undang yang berlaku.

Ditinjau dari segi ajaran agama, berbagai permasalahan yang timbul jika dikaitkan dengan nilai-nilai dasar Islam, setidaknya ada beberapa poin yang menyangkut terhadap perilaku menggunakan sosial media atau bagaimana cara berinteraksi dalam media sosial. Mengutip dari buku publikasi yang ditulis oleh Tim Syariah Publishing (2014), setidaknya ada beberapa hal yang relevan menurut peneliti untuk disampaikan dalam penelitian ini.

Berkenaan dengan konteks isi pembicaraan di sosial media, ada beberapa adab yang perlu diperhatikan. Diantaranya adalah yang pertama, selalu berkata baik. Sebagaimana yang telah Nabi Muhammad, *shallallahu 'alaihi was salam* ajarkan “*Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari kiamat maka hendaklah ia berkata baik atau diam.*” (HR. Bukhari No. 6475 dan Muslim

No.47, hadits dari Abu Hurairah). Imam Syafi'i menjelaskan bahwa jika seseorang hendak berbicara maka sebaiknya orang tersebut berfikir sebelum berbicara (Tim Syariah Publishing [perh], 2014 : 11). Fenomena media sosial tidak lepas dari canggihnya fitur aplikasi yang bisa memberikan kemudahan komunikasi dan unjuk diri. Seseorang bisa melihat status atau curahan hati di akun atau *timeline* media sosial temannya. Berdasarkan karakteristik yang telah dipaparkan sebelumnya, karakter sosial ekspresif dari Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* salah satunya adalah banyak membuat status dan *postingan* gambar. Padahal Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam* mengajarkan untuk berkata baik atau diam. Sesuai konteks dari pembahasan ini, berkata baik yang dimaksud adalah dengan membatasi konten status atau *postingan* di media sosial. Ketika seseorang berlebihan dan terlalu vulgar, maka sebaiknya orang tersebut diam atau mengurangi hal-hal yang tidak bermanfaat atau sia-sia. Jika maksud konten bermanfaat bagi orang lain maka tidak menjadi permasalahan.

Kedua, tidak berdusta. Dusta menurut beberapa ahli adalah menyampaikan informasi baik laporan, data, pertanggungjawaban yang tidak sesuai dengan yang sebenarnya. Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam* bersabda,

*Empat perkara apabila ada pada diri seseorang maka ia adalah seorang munafik tulen. Barangsiapa yang ada dalam dirinya salah satunya, maka ia telah memiliki salah satu sifat kemunafikan sampai ia meninggalkannya : apabila diberi kepercayaan ia berkhianat, apabila berbicara ia berbohong, apabila berjanji ia melanggarnya, dan apabila berbantahan (bermusuhan) ia berbuat curang. (HR. Bukhari No. 34 dan Muslim No. 58).*

Dan termasuk perkara dusta adalah menyebarkan berita bohong (*hoax*) yang tidak benar validitasnya. Jika seseorang berdosa karena menyebarkan berita bohong, logika sederhananya bagi orang yang membuat berita bohong lebih besar dosanya. Fenomena berita bohong atau *hoax* sudah menjadi hal yang biasa ditemukan di media sosial. Sebagai seorang muslim, Allah *ta'ala* memerintahkan untuk selalu bertabayun atau klarifikasi terhadap sumber atau validitas suatu berita. Allah *ta'ala* berfirman dalam Surat Al Hujurat ayat 6,

*Wahai orang-orang yang beriman, jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.*

Ketiga, tidak menggunjing. Allah *ta'ala* dengan jelas melarang seseorang menggunjing sebagian yang lain. Perkara ini sangat penting diperhatikan sekalipun hanya dalam sosial media. Dengan adanya media komunikasi yang baru, permasalahan pembicaraan juga mengikuti perkembangan yang ada. Allah menegaskan dalam surat Al Hujurat ayat 12 yang berisi, “*Dan janganlah sebagian kalian menggunjing sebagian yang lain*”. Yang dimaksud menggunjing sebagaimana yang diterangkan oleh Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam*, bahwa beliau bersabda, “*Ghibah adalah engkau menyebut saudaramu tentang apa-apa yang tidak disenanginya.*” (HR. Bukhari No. 2589). Dalam dunia sosial media, orang lebih mudah dalam menyampaikan sesuatu melewati akun media sosialnya dengan status maupun grup *chatting* mereka. Tak jarang diantara konten tersebut mengandung kalimat-kalimat yang termasuk perkara *ghibah*. Padahal Allah *ta'ala* menyebutkan permisalan orang yang menggunjing saudara muslimnya adalah bagaikan orang tersebut memakan

bangkai daging saudaranya. Permisalan tersebut mengandung makna bahwa perkara ghibah adalah hal yang tidak baik dan perlu dijauhi terutama dalam konteks Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* di dunia sosial media.

Keempat, tidak berkata kotor dan merendahkan orang lain. Tidak layak bagi seorang muslim untuk berkata kotor dan merendahkan orang lain, karena cerminan kebaikan keislaman seseorang dilihat dari akhlak berperilakunya (Tim Syariah Publishing [perh], 2014 : 13). Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam* bersabda, “*Hendaklah kalian menjauhi kata-kata kotor, karena Allah tidak suka kepada kata-kata kotor atau yang menyebabkan timbulnya kata-kata kotor dari orang lain.*” (HR. Nasa’i, Hakim dan Ibnu Hibban, dinilai shahih oleh Al Albani dalam *Shahih At Targhib* No. 2217). Dalam hadits lain, Nabi *shallallahu 'alaihi was salam* juga bersabda, “*Seorang mukmin bukanlah tukang pemberi celaan, tukang melaknati orang, tukang berkata kotor atau berkata rendah.*” (HR. Tirmidzi, dinilai shahih oleh Al Albani dalam *Shahih Al Jami’* No. 5381).

Kelima, tidak mencaci, menghina dan menfitnah. Allah *ta’ala* dalam surat Al Hujurat ayat 11 berfirman,

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian sesuatu kaum menghina kepada kaum yang lain, karena barangkali yang dihina lebih baik dari yang menghina. Jangan pula golongan wanita menghina kepada golongan wanita yang lain, karena barangkali yang dihina itu bahkan lebih baik dari yang menghina.*

Maksud dari menghina dalam ayat ini adalah mencela sesama muslim. Sebab seorang muslim adalah satu badan. Jika menghina seorang muslim, sama saja orang tersebut menghina dirinya sendiri. Dan seorang muslim juga tidak boleh memanggil saudara muslimnya dengan panggilan yang buruk. Panggilan

buruk ialah memanggil seseorang dengan panggilan atau gelar yang tidak disukai seperti panggilan “hai fasik”, “hai orang dungu” dan sejenisnya. Sedangkan larangan melakukan fitnah juga dijelaskan oleh Nabi *shallallahu ‘alaihi was salam* dalam haditsnya,

*Yang amat dicintai dari kamu semua disisi Allah adalah yang terbaik akhlaknya, yang dermawan dan gemar menjamu orang, yang dapat menyesuaikan diri dan dapat diikuti penyesuaian dirinya itu, sedangkan yang amat dibenci dari kamu semua itu disisi Allah adalah orang-orang yang suka berjalan dengan berbuat adu domba, yang memecah belah antara saudara-saudara, dan juga yang mencari-cari alasan untuk melepaskan diri dari kesalahan-kesalahan.* (HR. Ahmad).

Beradu domba dan memecah belah antara saudaranya tidak terlepas dari perbuatan memfitnah seseorang dengan orang lain. Padahal jika memperhatikan penjelasan hadits tersebut, memfitnah orang lain merupakan perbuatan yang sangat dibenci oleh Allah *ta’ala*. Sebagai orang yang beriman tentu tidak akan melakukan perbuatan semacam itu.

Pergeseran budaya dan sosial terhadap perkembangan *gadget* memunculkan fenomena *selfie* atau swafoto di kalangan *Millennial*. Berkembangnya teknologi kamera *smartphone* salah satunya mendorong munculnya fenomena *selfie* dan narsis, ditambah dengan keunggulan kamera depan di *smartphone* yang menghasilkan hasil gambar yang fotogeneik (Ali dan Purwandi, 2016 : 22). Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* pada umumnya melakukan swafoto di tempat-tempat yang menarik dan bagus dipandang, seperti di tempat wisata, *mall*, *café* atau bahkan ditempat ibadahpun terkadang mereka juga melakukannya. Dalam keterangan lain, setelah mereka melakukan swafoto kemudian langsung diunggah ke sosial media, seperti *Instagram*, *Facebook*,

*Twitter, WhatsApp story* dan lain-lain. Adab berkenaan dengan *selfie* yang ditulis oleh Tim Syariah Publishing, bahwa *selfie* tidak boleh diposting di media sosial jika membuka aurat seseorang. Karena bagi seorang muslim wajib menjaga auratnya dari pandangan siapa saja yang bukan muhrim. Allah berfirman dalam surat An Nur ayat 30-31,

*Katakanlah kepada orang-orang laki-laki yang beriman, 'Hendaklah mereka menahan pandangannya dan memelihara kemaluannya. Yang demikian itulah adalah lebih suci bagi mereka. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang mereka perbuat'. Katakanlah kepada wanita yang beriman, 'Hendaklah mereka menahan pandangannya dan kemaluannya. Janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak darinya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya.*

Dalam pandangan syariat, menutup aurat merupakan kewajiban bagi seorang muslim dan muslimah. Selain menjaga aurat, seorang muslim dan muslimah diperintahkan agar menjaga pandangan mereka dari hal-hal yang mengundang syahwat. Menjauhi gambar-gambar (foto / video) yang vulgar juga harus diperhatikan saat mengakses media sosial. Karena hal tersebut sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh Allah dalam ayat diatas.

Moralitas Generasi *Millennial* juga disifati dengan generasi yang cenderung individualis. Pergeseran budaya atas teknologi menjadi penyebab angka perilaku individualisme semakin tinggi. Perilaku *phubbing* atau *phone snubbing* merupakan bentuk kecil dari perilaku individualisme. *Phubbing* merupakan perilaku bagaimana orang berinteraksi dengan seseorang, sedangkan orang tersebut asik dengan *smartphone* nya. Perhatian dan fokus pembicaraan dengan seseorang menjadi setengah-setengah atau bahkan terkesan tidak

memperhatikan lawan bicara. Padahal Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam* mengajarkan bahwa

*Orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seseorang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia* (HR. Thabrani dan Daruquthni, dari Jabir RA).

Hadits diatas mengingatkan jati diri kemanusiaan agar ramah dalam interaksi sosial. Sikap ramah kepada orang meliputi perkataan, perbuatan dan perasaan. Dalam sebuah pembicaraan orang dikatakan ramah jika berbicara sopan, komunikatif dan simpati (mendengarkan penuh pembicaraan orang lain). Kebiasaan membuang muka, sibuk sendiri dan dikesampingkan bukan termasuk dari perilaku ramah dalam suatu (komunikasi) pembicaraan. “Seseorang terindikasi menyakiti orang lain dengan pura-pura memperhatikan saat diajak komunikasi, tetapi pandanganya sebentar sebentar tertuju pada *smartphone* yang ada di tangannya” (Younarti dan Hidayah, 2018 : 28). Menurut Younarti dan Hidayah (2018), perilaku *phubbing* sangat berpotensi terjadi di Generasi *Millennial* atau Generasi Z (*Post-Millennial*) karena bersinggungan langsung dengan *gadget*. Ditambah dengan faktor kecanduan terhadap internet menyebabkan seseorang lebih mudah menyakiti orang-orang yang ada disekitarnya dengan tidak memperhatikan saat berkomunikasi dan lebih fokus pada *smartphone* yang ada ditangannya.

Pendidikan Islam mengajarkan untuk melakukan hubungan yang baik terhadap sesama manusia. Sikap baik seorang muslim terhadap sesama manusia merupakan kesempurnaan iman. Karena hal itu merupakan tuntutan keimanan terhadap Allah dan hari akhir. Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam* bersabda

*Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir, janganlah ia mengganggu tetangganya, barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir hendaknya ia memuliakan tamunya dan barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir hendaknya ia berkata baik atau diam. (HR. Bukhari No. 6475 dan Muslim No. 47).*

Hadits ini mengajarkan kita bahwa mengganggu tetangga termasuk ancaman berat. Karena bukan termasuk orang yang beriman kepada Allah dan hari akhir. Seorang muslim idealnya menghormati tetangga dan tidak mengganggunya baik secara langsung maupun tidak langsung. Bahkan terdapat ancaman besar jika seseorang menjadi figur yang dianggap berbahaya bagi kelangsungan hidup tetangganya. Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi was salam* bersabda “*Tidak masuk surga orang yang tetangganya tidak aman dari keburukannya.*” (HR. Bukhari No. 7818 dan Muslim No. 46)

Sebagai seorang muslim memperhatikan hak-hak tetangga sangat diperhatikan. Ibunda ‘Aisyah *radhiyallahu ‘anha* berkata kepada Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam*, “*Aku bertanya, ‘Wahai Rasulullah, aku memiliki dua tetangga, manakah yang aku beri hadiah? Nabi menjawab : ‘yang pintunya paling dekat dengan rumahmu.’*” (HR. Bukhari No. 6020, Ahmad No. 24695 dan Abu Dawud No. 5155). Hadits tersebut menunjukkan bahwa perhatian pertama terhadap orang lain dimulai dari lingkungan sekitar atau tetangga paling dekat. Hak tetangga paling dekat didahulukan mempunyai hikmah bahwa tetangga dekat lebih mengetahui dan melihat pemberian atau hadiah atau sesuatu yang ada dalam rumahnya yang bisa memungkinkan orang lain untuk merasa tertarik. Berbeda dari tetangga yang jauh yang tidak banyak melihatnya.

Sifat individualis Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* tidak sejalan dengan pendidikan Islam yang telah dicontohkan Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi was salam*. Betapa perhatiannya sebagai seorang muslim terhadap saudaranya yang lain. Allah telah memerintahkan untuk berbuat adil dan berbuat baik serta memenuhi hak saudaranya. Dari Abu Hurairah *radhiyallahu 'anhu*, ia berkata, Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam* bersabda,

*Hak seorang muslim atas muslim yang lain ada enam, jika kamu bertemu dengannya maka ucapkanlah salam, jika dia mengundangmu maka datanglah, jika dia meminta nasehat kepadamu maka berilah nasehat, jika dia bersin lalu mengucapkan 'Alhamdulillah' maka doakanlah, jika dia sakit maka jenguklah, dan jika dia meninggal maka iringilah jenazahnya."* (HR. Muslim No. 2162)

Solusi dari persoalan individualis yang ditemui pada Generasi *Millennial* maupun *Post-Millennial* secara sederhana membawa mereka untuk kembali pada salah satu sifat yang melekat pada generasi tersebut, yaitu sifat terbuka. Sifat terbuka Generasi *Millennial* didasarkan terhadap perilaku mereka di media sosial saja. Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dalam dunia nyata proses interaksi sosial mereka cenderung individualis. Konsep edukasi dari pendidik dalam dunia media sosial mereka, sangat berpotensi membangun *mindset* yang berbeda. Artinya pendidik atau pemerhati pendidikan moralitas generasi muda berperan langsung atau menggunakan media sosial sebagai “senjata” dalam mengkampanyekan pentingnya tentang kebersamaan dan peduli terhadap masyarakat sosial.

Dalam dunia pendidikan, keterlibatan pendidik masuk dalam dunia peserta didik guna melakukan pembelajaran dan menanamkan nilai-nilai bermakna sebagai proses pengawasan. Mengutip gagasan pemikiran Fazlur

Rahman (Iqbal, 2016 : 623) tentang pendidik dan upaya modernisasi pendidikan, salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah menggiatkan para pendidik untuk melahirkan karya-karya keislaman secara kreatif dan memiliki tujuan. Media sosial merupakan sebuah fenomena dari objek modernisasi. Kreatifitas pengajaran dan langkah persuasif terhadap penanaman nilai moral, bisa dilakukan melalui media tersebut. Keterlibatan orangtua, guru atau pendidik dalam memanfaatkan media sosial yang ada sangat penting. Disamping berfungsi sebagai pengawasan, pendidikan bisa dilakukan didalamnya. Langkah ini menjadi solusi alternatif pemecahan masalah yang muncul.

Era *Millennial* merupakan era kemajuan teknologi informasi yang didukung dengan fenomena revolusi industri keempat (*the fourth industrial revolution*). Era revolusi industri keempat (4.0) menekankan terhadap pola *digital economy*, *artificial intelligence*, *big data*, *robotic*, dan lain sebagainya atau bisa dikenal dengan fenomena *disruptive innovation* (sumberdaya.ristekdikiti.go.id). Industrialisasi pada Era *Millennial* lebih mengarah terhadap inovasi teknologi baru yang berbasis digital dan robotik. Arah perkembangan teknologi kedepan banyak menggunakan peran teknologi sebagai aktor dalam menyelesaikan segala keperluan dan aktifitas manusia. Laju dari revolusi tersebut sangat cepat dan berdampak terhadap masyarakat tertinggal dan masyarakat konsumtif.

Fenomena industrialisasi atau revolusi industri keempat ini perlu disikapi dengan baik. Mengingat kembali pendapat Al Attas (2011) bahwa, tujuan pendidikan Islam adalah untuk menanamkan kebaikan atau keadilan pada

manusia sebagai manusia dan diri pribadi. Al Attas menekankan terhadap nilai diri, sebagai ruh dan bukanlah sebagai manusia yang diukur dengan pengertian pragmatis atau sesuai kegunaan mengikuti kegunaannya terhadap negara, masyarakat maupun dunia. Karena fenomena revolusi industri keempat menuntut sebuah pendidikan atau *training* yang sifatnya lebih khusus dan lebih fokus dibandingkan pendidikan sebelum-sebelumnya. Pendidikan pekerjaan inilah yang memungkinkan tidak sejalan terhadap tujuan pendidikan Islam. Potensi yang ditimbulkan terhadap psikologis sosial masyarakat akan mudah ditemui sebagai efek dari persaingan dan monopoli dunia industri yang semakin cepat berkembang. Pendidikan Islam membawa konsep integral yang mengharuskan seseorang muslim mengetahui hirarki ilmu dan tanggung jawabnya meskipun harus bersusah payah meraih keduanya (pendidikan pekerjaan dan pendidikan agama).

Masyarakat desa atau *rural society* sebagai masyarakat yang jauh dari kota memiliki permasalahan yang sedikit berbeda dengan masyarakat kota atau *urban society*. Meskipun pada dasarnya letak permasalahan berasal dari urbanisasi masyarakat desa ke kota. Kota sebagai pusat ekonomi, informasi, pemerintahan, pendidikan dan melimpahnya lapangan kerja membuat masyarakat desa berpindah ke kota. Menurut penelitian Ali dan Purwandi (2016 : 7) penyebab tingginya laju pertumbuhan dari penduduk perkotaan adalah karena urbanisasi, reklasifikasi desa pedesaan sebagai desa perkotaan dan laju pertumbuhan perkotaan itu sendiri. Penyebab lain berasal dari generasi muda yang melakukan studi pendidikan tinggi di kota. Seiring dengan bertambahnya

masyarakat urban, perubahan budaya masyarakat konsumtif semakin tinggi. Masyarakat kota menurut Rahardjo dan Silalahi (2007 : 34) merupakan masyarakat yang memiliki karakteristik hendonisme atau konsumtif. Menurutnya masyarakat kota lebih besar dalam meraih kesempatan akses informasi dan fasilitas yang berpengaruh terhadap gaya hidup. Karakter hendonis merupakan moral yang tidak baik. Karakteristik gaya hidup hendonisme tersebut dilihat dari berbagai aspek dan kriteria. Diantaranya adalah suka mencari perhatian, cenderung impulsif, kurang rasional, cenderung *follower*, mudah dipengaruhi teman, senang mengisi waktu diluar rumah (Trimartati, 2014 : 23).

Gaya hidup hendonisme atau konsumtif merupakan gaya hidup yang jauh dari sifat kehidupan Rasulullah, *shallallahu 'alaihi was salam*. Gaya hidup hendonisme sejalan dengan perilaku boros. Padahal Allah berfirman dalam surat Al Isra' ayat 26 dan 27,

*Berikanlah kerabat dekat, orang miskin dan ibnu sabil, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaithan.*

Maksud dari saudaranya syaithan adalah menyerupai dengan sifat syaithan. Ibnu Abbas dan Ibnu Mas'ud sebagaimana dikuti oleh Tuasikal (2011 : 1) mengatakan bahwa *tabdzir* (boros) adalah menginfakkan sesuatu pada jalan yang keliru. Makna *tabdzir* yang paling integral adalah menggunakan harta untuk maksiat atau menggunakan harta untuk perkara yang mubah namun menghabiskan semuanya. Termasuk perbuatan boros adalah duduk berjam-jam didepan internet membuka *facebook*, *blog*, *youtube* dan lain-lainnya.

Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam* menyampaikan bahwa perbuatan boros atau membuang-buang harta sangat dimurkai Allah *ta'ala*.

Beliau bersabda,

*Sesungguhnya Allah meridhai tiga hal bagi kalian dan murka apabila kalian melakukan tiga hal. Allah ridha jika kalian menyembahNya dan tidak mempersekutukanNya dengan sesuatu apapun, dan jika kalian berpegang pada tali Allah seluruhnya dan kalian saling menasehati terhadap para penguasa yang mengatur urusan kalian. Allah murka jika kalian sibuk dengan desas-desus, banyak mengemukakan pertanyaan yang tidak berguna serta **membuang-buang harta**.”* (HR. Muslim No. 1715).

Edukasi dan penanaman karakter hidup hemat adalah langkah alternatif dalam memecahkan persoalan gaya hidup konsumtif terutama pada Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial*. Dari sekian banyak literatur dari Al-Qur'an dan hadits Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi was salam*, penanaman sangat penting dilakukan dalam kehidupan generasi muda. Contoh teladan yang diterangkan Al Barzanji dalam syairnya tentang akhlak kesederhanaan. Sederhana artinya tidak berlebihan dalam menikmati isi dunia sekalipun itu makanan atau barang mewah. Imam Al Ghazali sebagaimana dikutip oleh (Iqbal, 2015 : 460) menambahkan bahwa “berakhlak baik atau berakhlak terpuji adalah menghilangkan semua adat-adat kebiasaan yang tercela yang sudah dirincikan oleh agama Islam serta menjauhkan diri darinya”. Sebagaimana pemikiran Ibnu Qayyim Al Jauziyah, yang menjelaskan tentang tujuan pendidikan Islam sebagai pembinaan akhlak, badan, akal dan keahlian (*skill*). Pembinaan akhlak generasi muda berupa kasih sayang, mengawasi, bersikap adil, mengenali karakter mereka dan berlemah lembut akan memudahkan nilai yang diajarkan masuk kedalam objek yang diajarkan (Iqbal, 2015 : 482).

Poin terakhir terhadap karakter moral Generasi *Millennial* dan *Post-Millennial* adalah tentang motivasi belajar terhadap agama mereka. Sebagaimana dikutip dari Ali dan Purwandi (2016), menyebutkan bahwa karakteristik Generasi *Millennial* lebih suka belajar menggunakan internet ataupun melihat di *youtube*. Dalam belajar agama mereka kemudian cenderung banyak didapat dari artikel atau rekaman di internet dan video di *youtube*. Bagi sebagian kalangan Generasi *Millennial* yang telah bekerja di perusahaan atau perkantoran terkadang susah mengalokasikan waktu untuk belajar agama. Ditambah jika seseorang tersebut telah berkeluarga dan memiliki anak kecil. Sebagian dari Generasi *Millennial* lebih cenderung memilih jalan pintas melewati rekaman-rekaman ceramah di *youtube* maupun internet. Tidak sedikit juga yang mengabaikan dan lalai terhadap kewajiban belajar agama. Padahal menuntut ilmu merupakan kewajiban bagi setiap muslim hingga akhir hayatnya.

Rendahnya motivasi untuk menuntut ilmu merupakan sebuah fenomena yang tidak bisa dipungkiri mengingat kesibukan terhadap dunia yang mereka cari. Apalagi ditambah dengan fenomena revolusi industri keempat, persaingan dan kompetisi dalam meraih kesuksesan dunia dan keamanan secara finansial lebih banyak ditekuni dan diberikan perhatian yang lebih. Rasulullah *shallallahu 'alaihi was salam* bersabda, “Menuntut ilmu itu wajib atas setiap muslim” (HR. Ibnu Majah, dinilai shahih oleh Al Albani). Hadits ini secara tegas menjelaskan bahwa menuntut ilmu bagi seorang muslim wajib hukumnya. Ilmu yang dimaksud dalam hadits ini adalah ilmu agama (ilmu *syar'i*). Sedangkan ilmu-ilmu yang wajib dicari menurut Ibnu Qoyyim (dalam *Miftaah Daaris Sa'aadah*,

1 : 156) adalah pertama, ilmu tentang pokok-pokok keimanan. Kedua, ilmu tentang syariat-syariat Islam (ibadah seperti thaharah, shalat, puasa, haji, zakat dan seterusnya). Ketiga, ilmu tentang hal yang diharamkan. Keempat, ilmu tentang interaksi terhadap orang lain (adab dan dakwah), sebagaimana yang dikutip oleh Hakim (2013).

Sedangkan bagaimana metode yang digunakan, terdapat beberapa pandangan yang intinya lebih menekankan belajar langsung terhadap pemegang otoritas ilmu (yaitu ulama atau ustadz yang berkompeten). Belajar melalui internet tidak dilarang secara mutlak. Fasilitas internet memberikan kemudahan bagi siapa saja yang membutuhkan untuk belajar. Walaupun demikian, belajar langsung dalam suatu majelis akan lebih berkah dan mempunyai keutamaan-keutamaan, disamping belajar langsung dengan ulama akan lebih terarah dan terkontrol. Pada dasarnya belajar dari internet diperbolehkan dengan catatan bukan menjadi metode primer dalam proses belajar agama. Sifatnya hanya sekedar pelengkap dan pengganti. Karena ulama *tabi'in* Muhammad bin Sirin (murid dari sahabat Anas bin Malik) mengingatkan bahwa “ilmu adalah bagian dari agama, karena itu perhatikan darimana kalian mengambil agama kalian” (Syar A’lam an Nubala, 4 : 606).

Pendapat Naquib Al Attas sebagaimana yang dikutip oleh Iqbal (2015 : 305), memaparkan bahwa peranan guru (pendidik) sangat penting. Seseorang dalam belajar perlu persiapan yang baik. Belajar secara langsung belum tentu mengantarkan seseorang menguasai dengan baik dan menerapkannya dengan benar. Naquib Al Attas menjelaskan bahwa,

Ilmu pengetahuan harus dikuasai dengan pendekatan yang berlandaskan sikap ikhlas, hormat dan sederhana terhadapnya. Pengetahuan tidak dapat dikuasai dengan tergesa-gesa seakan-akan pengetahuan adalah sesuatu yang terbuka bagi siapa saja untuk menguasainya tanpa terlebih dahulu memiliki pada arah dan tujuan, kemampuan dan persiapan.

Penjelasan Al Attas dimaknai bahwa proses belajar yang dilakukan tergesa-gesa hanya menghasilkan kebingungan. Belajar dari internet atau media sosial yang didapat cenderung tidak beraturan dan termasuk metode belajar yang memungkinkan pada sifat tergesa-gesa. Al Attas memberikan peringatan atau solusi sederhana bagi generasi muda dalam mempersiapkan diri untuk belajar, yaitu bersikap ikhlas, hormat dan sederhana.