

MANAJEMEN PENYULUHAN AGAMA HINDU PADA GENERASI MILENIAL

I Nyoman Bontot
Fakultas Dharma Duta, UHN IGB Sugriwa Denpasar
inyoman.bontot@gmail.com

Riwayat Jurnal
Artikel diterima : 30 September 2020
Artikel direvisi : 29 Oktober 2020
Artikel disetujui : 14 November 2020

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi (media sosial) yang dinikmati oleh generasi milenial mempengaruhi perilaku mereka dalam hubungan sosial. Generasi milenial yang dicirikan dengan peningkatan penggunaan teknologi digital menjadikan mereka pribadi dengan pemikiran terbuka akan ide-ide, percaya diri, liberal, suka berganti-ganti pekerjaan, dan malas bersosialisasi secara langsung. Kondisi ini membuat para generasi milenial mudah dapat mengakses berbagai informasi dari dunia maya, baik yang bermanfaat maupun yang menyesatkan. Hal tersebut dapat membahayakan keberadaan umat Hindu khususnya generasi milenial tanpa didukung oleh pondasi agama dan keilmuan yang kokoh. Penelitian ini mengetengahkan tiga permasalahan : (1) pentingkah penyuluhan agama Hindu bagi generasi milenial? (2) apakah yang menjadi ruang publik generasi milenial yang dapat dijadikan media penyuluhan agama Hindu? Dan bagaimanakah strategi melakukan penyuluhan agama Hindu pada generasi milenial? Permasalahan dianalisis menggunakan Teori Perubahan Sosial dan Teori Manajemen.

Untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh sebagian besar generasi milenial tersebut, maka penyuluhan agama Hindu ke depan masih tetap diperlukan. Seiring perubahan karakteristik dan perilaku (perubahan sosial) yang dialami para generasi milenial, maka media penyuluhan perlu dirubah dari *real space* (ruang kelas, aula, bale banjar) menjadi *virtual space* (whatsapp, instagram, website). Teknik penyampaian dan materi penyuluhan pun perlu disesuaikan dengan karakter para generasi milenial, yang terbuka dengan ide-ide dan serba praktis/instan. Agar target penyuluhan agama Hindu dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, maka pelaksanaan penyuluhan agama Hindu pada generasi milenial juga dituntut berdasarkan prinsip-prinsip manajemen, baik manajemen modern maupun manajemen berbasis Hindu.

Kata kunci : manajemen, penyuluhan agama Hindu, generasi milenial

ABSTACT

Development of communication technology (social media) enjoyed by the millennial generation affects their behavior in social relations. Millennial generation characterized by increasing use of digital technology are making them private with open minded ideas, confident, liberal, like to change jobs, and lazy to socialize directly. This condition allows the millennial generation to easily access various information from cyber space, both useful and misleading. This situation can endanger the existence of Hindus, especially the millennial generation without being supported by a solid religious and scientific foundation. This research raises three problems : (1) is it important for Hindu religious education to the millennial generation? (2) what is the public space for the millennial generation that can be used as a media for counseling on Hinduism? and (3) what is the strategy for carrying out Hindu religious education to the millennial generation? The problems are analyzed using social change theory and management theory.

To overcome the various problems faced by most of the millennial generation, future Hindu religious education is still needed. Along with changes in characteristics and behavior (social changes) experienced by the millennial generation, the media for extension needs to be changed from real space (classroom, halls, bale banjar, etc) to virtual spaces (WhatsApp, Instagram, websites). Delivery techniques and extension materials also need to be adapted to the character of millennial generation, who are open to ideas, all practical and instaneous. So that the target of Hindu religious counseling can be achieved in accordance with the stated objectives, the implementation of Hindu religious counseling for millennial generation is also required to be based on management principles, both modern management and Hindu-based management.

Key word : management, hindu religious education, millennial generation

I. Pendahuluan

Kemajuan teknologi membuat hidup manusia semakin mudah, terutama dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Bukan saja informasi yang bermanfaat, akan tetapi segala informasi yang bahkan dengan mudah dapat disesatkan oleh budaya dan ideologi yang tidak sesuai dengan adat, tata krama, dan agama yang dianut, khususnya agama Hindu.

Kemajuan teknologi secara umum dinikmati oleh generasi milenial, sementara generasi sebelumnya masih menikmati era teknologi non-digital. Karakteristik generasi atau kaum milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan komunikasi, media, dan teknologi digital. Dilihat dari gaya hidupnya, kaum milenial akan memiliki sisi positif maupun negatif dalam hidupnya. Dari sisi positif, kaum milenial merupakan pribadi dengan pemikiran yang

terbuka, pendukung kesetaraan hak, memiliki rasa percaya diri yang baik, mampu mengekspresikan perasaannya, pribadi yang liberal, optimis, menerima ide-ide dan cara-cara hidup baru. Sementara, dari sisi negatif kaum milenial merupakan pribadi yang pemalas, narsis, dan senang berganti-ganti pekerjaan (<https://wikipedia.org/Milenial>, diakses pada tanggal 25 September 2020).

Memperhatikan karakteristik kaum milenial di atas, maka masa kini merupakan eranya kaum milenial. Para generasi milenial ini merupakan masa depan bangsa dan penerus ajaran agama Hindu, jika tidak didasari oleh pondasi agama dan keilmuan yang kokoh, maka keberadaan ajaran dan agama Hindu yang menjadi minoritas di Indonesia akan terus berkurang bahkan punah. Menurut data Badan Pusat Statistik, pada sensus penduduk tahun 1990 (SP1990) persentase penduduk Indonesia yang beragama Hindu sebanyak 1,81% dari jumlah penduduk Indonesia, kemudian pada sensus penduduk tahun 2000 (SP2000) persentase penganut agama Hindu turun menjadi 1,79% dari jumlah penduduk Indonesia. Pada sensus penduduk tahun 2010 (SP2010), persentase penganut agama

Hindu di Indonesia kembali turun menjadi 1,69% dari jumlah penduduk Indonesia. Walaupun secara angka, jumlahnya bertambah dari tahun ke tahun, namun tidak sebanding dengan penambahan jumlah penganut agama mayoritas lainnya.

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi umat Hindu Indonesia, di satu sisi peran penyuluh agama Hindu sangat dibutuhkan oleh kaum milenial. Namun pada lain sisi, tantangan yang dihadapi para penyuluh agama Hindu sangatlah berat. Seorang anak kecil dapat langsung mengakses kehidupan di luar Indonesia dengan menggunakan *smartphone*-nya. Para penyuluh agama dibutuhkan dalam memberikan pendidikan untuk menguatkan pondasi agama dan keilmuan umat Hindu di Indonesia. Tantangan terberat yang dihadapi para penyuluh dewasa ini adalah malasnya para generasi muda dikumpulkan untuk diskusi agama (*dharmatula*) yang umumnya sangat membosankan bagi mereka.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut : (1) pentingkah penyuluhan agama Hindu bagi generasi milenial? (2) apakah yang menjadi ruang publik generasi milenial yang dapat

dijadikan media penyuluhan agama Hindu?
(3) bagaimanakah strategi melakukan penyuluhan agama Hindu pada generasi milenial?

II. Pembahasan

Berdasarkan kajian yang dilakukan maka hasil penelitian tentang manajemen penyuluhan agama Hindu pada generasi milenial, sesuai dengan tiga permasalahan yang diajukan, dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Penyuluhan Agama Hindu Bagi Generasi Milenial Merupakan Kegiatan Yang Sangat Penting Bagi Kaum Milenial

Sebagaimana telah diungkapkan pada latar belakang di atas, bahwa generasi milenial yang dicirikan dengan peningkatan penggunaan teknologi digital (media sosial) dan memiliki pribadi yang terbuka akan hal-hal baru. Memiliki pribadi yang terbuka akan hal-hal baru, kaum milenial yang dengan mudah mengakses dunia luar melalui internet akan membuat mereka sangat mudah terpengaruh dan terperangkap oleh berbagai aliran sesat dan ideologi asing. Hal tersebut dapat menimpa generasi milenial

Hindu apabila tidak didasari oleh pondasi agama dan keilmuan yang kokoh.

Pondasi agama dan keilmuan yang kokoh, dapat diperoleh melalui lembaga pendidikan formal dan juga melalui keluarga. Namun, tidak semua lembaga pendidikan dan juga keluarga dapat memberikan pondasi agama dan keilmuan Hindu yang memadai, terutama sekolah-sekolah yang ada di luar Bali. Seperti pada sekolah-sekolah di daerah yang penganut agama Hindu nya minoritas. Sekolah-sekolah umumnya tidak menyediakan guru pelajaran agama Hindu. Para peserta didik (siswa) terpaksa mengikuti pendidikan agama lain pada sekolah yang jumlah siswanya mayoritas menganut agama bukan Hindu. Kalau pun ada pendidikan agama Hindu, umumnya hanya bisa diikuti pada sekolah minggu di sekitar pura (tempat ibadah) yang biasanya hanya merupakan formalitas untuk memperoleh nilai pendidikan agama Hindu, agar rapor siswa pada pelajaran agama tidak kosong.

Sementara pendidikan agama Hindu yang diperoleh dari keluarga juga tidak merata. Banyak orang tua yang secara formal beragama Hindu tidak memahami dengan baik ajaran agama Hindu terutama filsafat agama Hindu. Sebagian orang tua

terutama yang berdomisili di perkotaan (daerah urban) terlalu sibuk dengan pekerjaannya, jangankan memberikan pendidikan agama (budhi pekerti), bahkan urusan mengasuh anak-anaknya pun lebih sering diserahkan kepada asisten rumah tangga/pengasuh/*baby sitter*.

Sehingga, para generasi milenial dengan pemikiran kritis dan terbuka akan mencari pemahaman baru, melalui teknologi informasi (internet) yang dikuasainya. Syukur-syukur dalam pencariannya mendapatkan informasi tentang filsafat kehinduan, jika tidak, maka akan terperangkap pada ideologi dan keyakinan lain yang berbeda bahkan mungkin bertentangan dengan ajaran agama Hindu.

Oleh karena itu, peran penyuluh agama Hindu untuk generasi milenial masih tetap diperlukan. Seiring perubahan karakteristik dan perilaku (perubahan sosial) pada generasi milenial, maka teknik penyampaian materi penyuluhan perlu disesuaikan dengan ruang publik pada generasi milenial.

2. Media Sosial Sebagai Ruang Publik Menjadi Media Penyuluhan Agama Hindu Bagi Generasi Milenial

Ruang publik adalah area atau tempat di mana suatu masyarakat atau komunitas dapat berkumpul untuk meraih tujuan yang sama, *sharing* permasalahan, baik masalah pribadi maupun kelompok. Area ini dapat berupa ruang dalam dunia nyata (*real space*) ataupun dunia maya (*virtual space*). *Real space* dapat berupa taman-taman, sekolah, gedung-gedung bersama, *bale banjar*, dan lain-lain. Sedangkan *virtual space* dapat berupa grup-grup *Facebook*, *WhatsApp*, *Line*, dan lain-lain. Ruang publik memiliki fungsi untuk menampung dan memberi tempat pada semua kepentingan publik (<https://wikipedia.org/ruang> publik, diakses pada tanggal 8 Agustus 2019).

Pada awalnya, yang ada adalah ruang publik dalam bentuk dunia nyata (*real space*). Namun, setelah berkembangnya teknologi informasi (internet), maka sebagian besar ruang publik tersebut beralih dari dunia nyata (*real space*) ke dunia maya (*virtual space*), khususnya di kalangan generasi muda (generasi milenial). Contohnya, ketika sekelompok anak muda berkumpul (reunian), setelah saling sapa, kemudian mereka sibuk dengan *gadget* masing-masing. Artinya, bagi generasi muda, dunia maya lebih

penting dibandingkan dunia nyata. Bahkan pada kegiatan lembaga-lembaga resmi, seperti lembaga pemerintah, sekolah-sekolah, kampus, organisasi sosial, dan organisasi politik juga memanfaatkan media sosial sebagai ruang publik, untuk menyampaikan informasi di lingkungan masing-masing. Seringkali dilakukan diskusi pada media sosial terlebih dahulu untuk memudahkan dan melancarkan pengambilan keputusan pada rapat resmi.

Maraknya perkembangan teknologi internet saat ini, menyebabkan hampir seluruh masyarakat memanfaatkannya dalam berbagai macam kegiatan untuk mencari informasi maupun menyebarkan informasi kepada seluruh khalayak masyarakat. Perkembangan tersebut mencakup hampir seluruh sendi kehidupan masyarakat yang dapat dinikmati melalui internet. Dewasa ini, internet sudah mampu menggantikan media massa konvensional, seperti televisi, radio, maupun media cetak seperti koran, majalah, dan sejenisnya. Perpaduan teknologi teks, suara, dan gambar yang menjadi hidup karena dapat terjadi secara interaktif, membuat internet menjadi media yang sangat unggul dewasa ini. Perkembangan media massa konvensional

menjadi media massa digital atau “media sosial” tidak terlepas dari perkembangan teknologi internet itu sendiri.

Media sosial merupakan media *online*, di mana pengguna media ini dapat berpartisipasi secara interaktif dengan peserta lain, berbagi, maupun menciptakan isi melalui blog, jaringan sosial, maupun forum. Media sosial memungkinkan setiap individu dapat berpartisipasi dalam berbagai bentuk wacana di *jagad maya*. Melalui media sosial, setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk menyebarkan informasi sesuai agendanya, member komentar, bahkan beradu argumentasi dengan individu lainnya. Setiap individu memiliki kesempatan menyuarakan berbagai peristiwa sesuai dengan perspektifnya masing-masing (Salman, 2017).

Media sosial yang menjadi turunan internet, dewasa ini menjadi ruang terbuka yang dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat digital. Pemahaman spontan mengenai ruang publik sebagai ranah yang terbuka bagi setiap orang untuk terlibat di dalamnya secara bebas ternyata secara historis berkembang meninggalkan maknanya yang bersifat spontan, dipahami menjadi sebuah konsep politik yang

mengajukan sejumlah syarat bagi setiap orang untuk terlibat di dalamnya (Poespowardojo, 2016).

Media sosial memberikan kesempatan kepada siapapun untuk terlibat di dalamnya secara langsung. Banyak masyarakat mengambil kesempatan tersebut untuk sekadar terlibat di dalamnya, dan sebagian masyarakat memanfaatkan media sosial untuk kegiatan berbagi informasi. Akan tetapi, tidak sedikit juga masyarakat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi untuk kepentingan dirinya sebagai bentuk eksistensi keberadaannya, tidak terlepas masyarakat kelas atas, menengah, maupun bawah, muda atau tua, laki-laki atau perempuan, bahkan mulai dari pengamen sampai presiden memanfaatkan media sosial untuk mengabarkan informasi yang dilakukannya. Sehingga boleh disebut, bahwa media sosial berkembang menjadi media ruang publik, menggantikan media konvensional selama ini (Salman, 2017). Dalam kehidupan sehari-hari dewasa ini, media sosial dijadikan sebagai ruang publik oleh masyarakat, yang rata-rata sudah menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi yang praktis dan murah.

Berdasarkan uraian di atas, maka tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media sosial membawa begitu banyak kemudahan bagi penggunanya. Dengan segala fasilitas yang disediakan oleh media sosial tersebut, media sosial dapat memudahkan penggunanya melakukan berbagai aktivitas, mulai dari bermain *game online*, juga dapat digunakan untuk hal-hal yang bersifat sosial maupun bisnis. Beragam akses informasi dan hiburan dari berbagai pelosok dunia dapat diakses melalui satu pintu saja. Media sosial yang terkoneksi dengan internet dapat menembus batas dimensi kehidupan, ruang, dan waktu penggunanya, sehingga media sosial dapat digunakan oleh siapapun, kapanpun dan di manapun (<https://ejournal.bsi.ac.id>).

Pada kalangan generasi muda (milenial), sebagian besar dunia nyata (*real space*) kini digantikan oleh dunia maya (*virtual space*) sebagai ruang publik. Karena sebagian besar waktu para generasi muda digunakan untuk bersosialisasi melalui media sosial (*Facebook, Instagram, WhatsApp, Line*, dan lain-lain). Pada kalangan generasi muda, *gadget* dijadikan sebagai pendamping hidup terdekat. Saat bangun pagi, di meja

makan, di sekolah/kampus, di tempat bekerja, saat berkumpul bersama keluarga/teman, dan menjelang tidur, ‘mahluk’ yang disebut *gadget* tersebut tidak boleh tertinggal. Beraktifitas tanpa didampingi *gadget* dirasakan ibarat kehilangan istri, suami orang tua, atau sahabat yang paling disayang. Oleh karena itu, dewasa ini berkomunikasi melalui media sosial merupakan cara yang paling efektif.

Media sosial yang dewasa ini merupakan cara berkomunikasi yang paling efektif khususnya di kalangan generasi muda (milenial), sudah banyak digunakan sebagai media pembelajaran, sarana penyuluhan pajak, penyuluhan pertanian, dan sebagainya. Penggunaan media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, dan lain-lain sebagai media pembelajaran, dapat memudahkan guru atau dosen dalam memberikan materi dan tugas belajar kepada siswa/mahasiswanya. Juga, memberikan kemudahan kepada siswa/mahasiswa dalam berkonsultasi dengan guru/dosennya. Sehingga, proses belajar dan mengajar menjadi lancar, tanpa terkendala ruang dan waktu.

Sosialisasi pajak melalui media sosial dinilai sangat efektif untuk menyebarkan

informasi yang berhubungan dengan sosialisasi, penyuluhan, dan kehumasan. Jangkauan media sosial yang sangat luas, membuat pesan yang disampaikan pun lebih cepat diterima. Sehingga, beberapa kepala KPP di Indonesia menyebutkan beberapa tahun terakhir, lebih intens memanfaatkan media sosial, seperti Facebook, Twitter, dan Instagram sebagai sarana berkomunikasi dengan masyarakat dan wajib pajak (WP). Media sosial, sebagai salah satu produk teknologi informasi, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Sosialisasi melalui saluran media sosial dinilai sangat efektif untuk menyebarkan informasi yang berhubungan dengan sosialisasi, penyuluhan, dan kehumasan (<https://majalahpajak.net/efektifkan> penyuluhan via media sosial, diunduh pada 20 Mei 2019).

Pada bidang pertanian, media sosial juga digunakan sebagai sarana dalam kegiatan penyuluhan. Penyuluh pertanian memiliki peran strategis dalam pencapaian kesuksesan pembangunan pertanian, di mana penyuluh merupakan jembatan penghubung informasi pertanian kepada petani. Bila penyuluh telah menjadi sahabat petani, maka media sosial harus

menjadi sahabat penyuluh. Penyuluh pertanian harus terbuka akan perkembangan teknologi digital internet maupun media sosial, agar penyuluh tidak ketinggalan informasi, terkait dengan teknologi dan produk pertanian ([http://agrisoc.faperta.ugm.ac.id/Media Sosial](http://agrisoc.faperta.ugm.ac.id/MediaSosial), Sahabat Penyuluh Pertanian, diunduh pada 20 Mei 2019).

Terjadinya peralihan ruang publik dari dunia nyata (*real space*) menjadi dunia maya (*virtual space*), seharusnya diikuti pula perubahan cara penyuluhan agama. Perubahan penyuluhan agama dengan metode *Sad Dharma* yang umumnya dilaksanakan melalui *dharma wacana* dan *dharma tula* dalam dunia nyata (*real space*) atau secara langsung, pelan-pelan menjadi *dharma wacana* dan *dharma tula* dalam dunia maya (*virtual space*), yaitu melalui media sosial.

Kegiatan penyuluhan agama melalui dunia maya (*virtual space*) sebagai ruang publik, khususnya penyuluhan agama Hindu, sudah lama dilaksanakan di Indonesia. Penyuluhan agama Hindu melalui dunia maya umumnya dilaksanakan melalui *Mailing list*, *Website*, *Twitter*, *Groups WhatsApp*, *Facebook*, dan lain-lain. Bahkan, akhir-akhir ini sudah ada

penyuluh agama Hindu melaksanakan penyuluhan melalui media *Youtube*.

Penyuluhan agama Hindu melalui *Mailing list* sudah dilaksanakan pada awal-awal perkembangan teknologi informasi (TI), khususnya perkembangan media surat elektronik (*e-mail*). Penyuluhan agama Hindu melalui *Mailing list* di Indonesia yang ada di antaranya adalah *Mailing list Hindu-Dharma Net*, *Sekeha Demen*, dan lain-lain. Penyuluhan agama Hindu melalui *Mailing list*, biasanya menggunakan metode *dharma tula*, yaitu berdiskusi tentang ajaran agama Hindu dan masalah-masalah aktual yang dihadapi oleh umat Hindu, khususnya di Indonesia. Bahkan, diakui atau tidak, keberadaan krematorium di jalan Cekomaria Kota Denpasar, idenya muncul dari diskusi di *mailing list* Hindu Dharma Net sekitar tahun 2000 yang membahas permasalahan umat Hindu yang terkena sanksi (*kasepekang*) di Kabupaten Bangli.

Penyuluhan agama Hindu melalui website, seperti www.hindu-indonesia.com, <https://www.hinduwebsite.com>, <https://mediahindu.net>, dan lain-lain banyak menyediakan artikel-artikel terkait dengan ajaran agama Hindu yang dapat

diakses oleh siapapun. Banyak pengetahuan tentang agama Hindu dapat diperoleh dengan mengakses website-website yang memang disediakan untuk memberikan pencerahan bagi umat Hindu khususnya dan umat manusia umumnya.

Penyuluhan agama Hindu melalui media sosial seperti *Groups WhatsApp*, *Face Book*, *Instagram*, dan lain-lain yang sedang tren saat ini, juga banyak yang menjadikannya sebagai ajang berdiskusi tentang ajaran agama Hindu dan permasalahan yang dihadapi oleh umat Hindu di Indonesia. Seperti kasus penolakan pembangunan pura di Kabupaten Bekasi yang viral di media *Face Book* dan *Groups WhatsApp*. Sehingga, melalui diskusi yang dilakukan di media sosial tersebut, permasalahan yang dihadapi memperoleh solusi.

3. Strategi Penyuluhan Agama Hindu Bagi Generasi Milenial

Karakteristik generasi milenial yang sangat fasih menggunakan teknologi khususnya teknologi informasi (media sosial) membuat cara bersosialisasi antar individu pun berubah (terjadi perubahan sosial).

Oleh karena itu, seorang Penyuluh Agama Hindu dituntut untuk memahami

dan mahir menggunakan teknologi informasi (TI), khususnya mengoperasikan media sosial. Tanpa memahami cara pengoperasian teknologi komunikasi (media sosial) sebagai sarana dalam penyuluhan agama, seorang Penyuluh Agama Hindu (*Dharma Duta*), akan ditinggalkan oleh umatnya, khususnya generasi muda (generasi milenial). Selain itu, seorang penyuluh juga harus menerapkan strategi (manajemen) dalam melaksanakan tugasnya.

Manajemen penyuluhan agama Hindu untuk generasi milenial, dapat menerapkan tiga elemen, yaitu elemen fungsi (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian, dan pengendalian/evaluasi), elemen sasaran/objek (orang/manusia, mekanisme kerja), dan elemen tujuan (Siswanto, 2012:2-4). Pada elemen fungsi, *perencanaan* penyuluhan dilakukan dengan menetapkan dan menjelaskan tujuan penyuluhan, materi-materi yang akan disampaikan agar sesuai dengan kondisi dan kebutuhan generasi milenial, target yang ingin dicapai, yaitu kokohnya pemahaman agama dan keilmuan Hindu; *pengorganisasian* dilakukan dengan mendeskripsikan dan menyediakan media

yang dapat digunakan dalam penyuluhan bagi generasi milenial, yaitu perangkat dan pemahaman penggunaan media sosial sebagai ruang publik; *pengarahan* dilaksanakan dengan mendalami cara penggunaan teknologi komunikasi (media sosial) sebagai ruang publik dan materi-materi yang dibutuhkan para generasi milenial; *pemotivasian* dilaksanakan dengan memotivasi diri, bahwa memberikan penyuluhan agama Hindu merupakan bagian dari *yajña* (*manusa yajña*), yaitu persembahan ilmu pengetahuan agama kepada sesama manusia yang merupakan makhluk ciptaan Tuhan secara tulus ikhlas; dan *pengendalian/evaluasi* dilaksanakan dengan mengevaluasi seluruh proses penyuluhan dan hasil yang telah dicapai, apakah sesuai dengan rencana dan target yang telah ditetapkan.

Pada elemen sasaran, *orang* atau *manusia* adalah para penyuluh yang memenuhi syarat sebagai penyuluh bagi generasi milenial. Yang dapat memenuhi syarat sebagai penyuluh bagi generasi milenial adalah mereka-mereka yang memahami jiwa/karakteristik dan dapat berkomunikasi secara lancar dengan generasi milenial, dapat menggunakan

media sosial (teknologi informasi) sebagai media penyuluhan (ruang publik); sementara mekanisme kerja adalah tata cara atau tahapan yang harus dilalui oleh para penyuluh dalam melaksanakan kegiatan penyuluhan agama Hindu untuk mencapai tujuan memperkokoh agama dan keilmuan Hindu bagi generasi milenial.

Elemen tujuan adalah hasil akhir yang ingin dicapai pada pelaksanaan penyuluhan agama Hindu bagi generasi milenial, yaitu kokohnya pemahaman agama dan keilmuan Hindu bagi generasi milenial. Generasi milenial merupakan generasi yang akan melanjutkan dan meneruskan ajaran Hindu kepada generasi penerusnya.

Berbeda dengan konsep manajemen modern yang lebih mengutamakan hasil, konsep manajemen Hindu, perlu mengutamakan keseimbangan hubungan antara manusia dengan Tuhan, sesama, dan lingkungan (*Tri Hita Karana*) dalam kegiatan penyuluhan agama Hindu bagi generasi milenial. Melalui konsep manajemen Hindu *Tri Hita Karana*, pesan dalam penyuluhan agama Hindu akan lebih dapat diterima oleh generasi milenial karena mereka diberikan pemahaman agama secara menyeluruh (*holistic*). Para

generasi milenial dalam menerima penyuluhan agama, menerima secara alami tanpa merasa digurui oleh penyuluh agama Hindu.

III. Penutup

Berdasarkan kajian yang dilakukan, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Pertama, penyuluhan agama Hindu masih tetap diperlukan untuk generasi milenial. Tanpa ada penyuluhan agama Hindu, para generasi milenial dengan pemikiran kritis dan terbuka akan mencari pemahaman baru tentang agama, melalui teknologi informasi (internet) yang dikuasainya. Syukur-syukur dalam pencariannya mendapatkan informasi tentang filsafat kehinduan. Jika tidak, maka akan terperangkap pada ideologi dan keyakinan lain yang mungkin bertentangan dengan ajaran agama Hindu.

Kedua, seiring perubahan perilaku masyarakat (perubahan sosial) dan perkembangan teknologi informasi, terjadi juga perubahan ruang publik dari *real space* (dunia nyata seperti sekolah, taman, bale banjar/desa, dan sebagainya) menjadi *virtual space* (dunia maya, media sosial). Media yang digunakan sebagai tempat penyuluhan agama Hindu juga berubah

dari ruang pertemuan (bale banjar, aula) ke dunia maya (media sosial : whatsapp, instagram, website, dan sebagainya).

Ketiga, perubahan ruang publik dari dunia nyata (*real space*) ke dunia maya (*virtual space*), membuat para penyuluh agama, khususnya Penyuluh Agama Hindu merubah strategi penyuluhannya dari *dharma wacana* atau *dharma tula* dalam dunia nyata ke dunia maya. Agar tujuan penyuluhan agama Hindu pada generasi milenial berhasil, diperlukan strategi yaitu pemahaman teknologi informasi dan pelaksanaan penyuluhan berdasarkan kaidah-kaidah manajemen, baik manajemen modern maupun manajemen Hindu

Daftar Pustaka

Agustin, Viki Dwi. 2016. Makalah Sosial Media. Bojonegoro : SMK Sentosa Dharma.

Basit, Abdul. 2014. Tantangan Profesi Penyuluh Agama Islam dan Pemberdayaannya.

Jurnal Dakwah, Vol. XV, No. 1 Tahun 2014.

Cahyono, Anang Sugeng. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. www.jurnal-unita.org.

Gorda, I Gusti Ngurah. 1999. *Manajemen dan Kepemimpinan Desa Adat di*

Provinsi Bali Dalam Perspektif Era Globalisasi. Denpasar : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja Bekerja Sama dengan Widya Kriya Gematama Denpasar.

<http://agrisoc.faperta.ugm.ac.id/Media>

Sosial, Sahabat Penyuluh Pertanian.

<https://majalahpajak.net/efektifkan>

penyuluhan via media sosial.

<https://wikipedia.org/Milenial>, diakses pada tanggal 25 September 2020.

Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Poespowardojo, S. dan Alexander S. 2016. *Diskursus Teori-teori Kritis.* Jakarta : Kompas Media Nusantara.

Salman. 2017. *Media Sosial Sebagai Ruang Publik (Jurnal Bisnis dan Komunikasi).* Jakarta : Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis.

Siswanto, H.B. 2012. *Pengantar Manajemen.* Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Suhardi, Untung. 2018. Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Hindu (Studi Pembinaan Umat Hindu di DKI Jakarta). *Dharmasmrti* Vol. 9 Nomor 2 Oktober 2018 : 1-123.

Supardan, Dadang. *Pengantar Ilmu Sosial, Sebuah Kajian Pendekatan Struktural.* Jakarta : Bumi Aksara.