

STRATEGI KOMUNIKASI INOVATIF DALAM MEMPROMOSIKAN IDEOLOGI ISLAM BERKEMAJUAN: PENDEKATAN MUHAMMADIYAH

INNOVATIVE COMMUNICATION STRATEGY IN PROMOTING PROGRESSIVE ISLAMIC IDEOLOGY: THE MUHAMMADIYAH APPROACH

Khairi Ar Rafi¹, Iman Sumarlan^{2*}

Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

*Email Correspondence: iman.sumarlan@comm.uad.ac.id

Abstract

This study explores the innovative communication strategies employed by Muhammadiyah in promoting the ideology of Progressive Islam through digital platforms. Utilizing the theoretical frameworks of Diffusion of Innovations (Rogers) and Communicative Constitution of Organizations (CCO), this research aims to examine how ideological messages are disseminated and adopted through digital communication channels. A qualitative approach was applied, involving in-depth interviews, direct observation, and document analysis of Muhammadiyah's digital campaigns, including social media content and official publications. The findings reveal that the diffusion process follows a systematic progression, starting from knowledge exposure, persuasion, decision-making, implementation, to social confirmation. Muhammadiyah's communication strategy integrates universal values such as education, social justice, and economic empowerment with engaging visual formats that appeal to digitally native youth. Inclusive narratives are delivered through infographics, videos, webinars, and action-based social programs, enhancing the relevance of the ideology in contemporary society. Furthermore, the involvement of charismatic figures, collaboration with educational institutions, and the use of Muhammadiyah's organizational networks significantly accelerate the adoption of its messages. The study concludes that Muhammadiyah's communication approach is adaptive, participatory, and context-sensitive, positioning it as a compelling model for ideological communication in the digital era. These findings contribute theoretically to the field of religious organizational communication and offer practical insights for developing technology-based da'wah strategies in the future.

Keywords: Digital, Communication, Muhammadiyah, Islam Berkemajuan.

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi strategi komunikasi inovatif yang diterapkan oleh Muhammadiyah dalam mempromosikan ideologi Islam Berkemajuan melalui platform digital. Dengan menggunakan kerangka teori Diffusion of Innovations (Rogers) dan Communicative Constitution of Organizations (CCO), penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pesan ideologis disebarkan dan diterima melalui saluran komunikasi digital. Metode kualitatif diterapkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen dari kampanye digital Muhammadiyah, termasuk konten media sosial dan publikasi resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses difusi mengikuti tahapan sistematis: dari paparan pengetahuan, persuasi, pengambilan keputusan, implementasi, hingga konfirmasi sosial. Strategi komunikasi Muhammadiyah menggabungkan nilai-nilai universal seperti pendidikan, keadilan sosial, dan pemberdayaan ekonomi dengan format visual yang menarik bagi generasi muda digital. Narasi inklusif disampaikan melalui infografik, video, webinar, dan program sosial berbasis aksi, memperkuat relevansi ideologi dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Selain itu, keterlibatan tokoh karismatik, kolaborasi dengan institusi pendidikan, dan jaringan organisasi mempercepat adopsi pesan tersebut. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi Muhammadiyah bersifat adaptif, partisipatif, dan kontekstual, menjadikannya model komunikasi ideologis yang relevan di era digital. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dalam studi komunikasi organisasi keagamaan dan membuka ruang bagi pengembangan dakwah berbasis teknologi di masa depan.

Kata kunci: Digital, Islam Berkemajuan, Komunikasi, Muhammadiyah.

PENDAHULUAN

Organisasi Muhammadiyah telah berdiri lebih dari satu abad dan memainkan peran yang sangat penting dalam perkembangan sosial dan keagamaan di Indonesia (Mursyid 2023). Didirikan pada 18 November 1912 oleh K.H. Ahmad Dahlan di Yogyakarta, Muhammadiyah tumbuh menjadi gerakan dakwah yang berfokus pada pembaruan ajaran Islam melalui prinsip-prinsip al-Qur'an dan Sunnah. Sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia, Muhammadiyah dikenal dengan komitmennya dalam mengajak umat untuk melakukan perbaikan dalam berbagai aspek kehidupan, baik secara spiritual maupun sosial. Gerakan ini memiliki tujuan untuk mencerahkan umat Islam dengan menghadirkan pemahaman yang lebih moderat, rasional, dan progresif terhadap ajaran Islam (Hamid Bashori and Septian Maharani 2022).

Sebagai gerakan pembaharuan, Muhammadiyah telah lama dikenal dengan upayanya dalam memperkenalkan prinsip-prinsip moderasi sebagai bagian dari perjuangannya (Dahlan and Ideologi 2024). Pendekatan moderasi ini menjadi salah satu cara utama yang digunakan Muhammadiyah untuk menangkal radikalisasi yang berpotensi mengarah pada ekstremisme dan terorisme. Organisasi ini tidak hanya berfokus pada dakwah agama, tetapi juga terlibat aktif dalam pembuatan kebijakan, baik melalui jalur legislatif maupun perdebatan intelektual, guna membentuk pemahaman masyarakat yang lebih inklusif dan toleran terhadap perbedaan (Mubarok and Rustam 2019). Dengan demikian, Muhammadiyah berupaya mengurangi potensi perpecahan sosial dan menjaga kedamaian melalui ajaran yang menekankan keseimbangan antara agama, budaya, dan kehidupan sosial.

Komunikasi organisasi Muhammadiyah menjadi elemen yang sangat vital dalam menyebarluaskan ideologi Islam yang moderat dan progresif ini (Mexi et al. 2023). Dalam menghadapi tantangan zaman yang semakin kompleks, Muhammadiyah menyadari pentingnya strategi komunikasi yang efektif baik dalam internal organisasi maupun kepada masyarakat luas. Komunikasi yang dibangun di dalam Muhammadiyah tidak hanya berfungsi untuk memperkuat ikatan antaranggota, tetapi juga untuk menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam yang dapat membantu umat dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan. Melalui berbagai saluran komunikasi yang dimiliki, Muhammadiyah berupaya untuk membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya moderasi, toleransi, dan pemahaman yang lebih luas tentang ajaran Islam (Anwar and Muhayati 2021).

Untuk itu, Muhammadiyah aktif dalam memperkenalkan konsep moderasi dalam setiap aspek kehidupan organisasinya, mulai dari pendidikan, kegiatan dakwah, hingga program sosial kemasyarakatan (Nashir et al. 2019). Organisasi ini memastikan bahwa ajaran Islam yang diajarkan kepada anggotanya tetap berada pada jalur yang menekankan nilai-nilai kebersamaan, kedamaian, dan persatuan, jauh dari pengaruh paham yang dapat memecah belah umat. Dalam menghadapi potensi radikalisasi, Muhammadiyah berperan sebagai garda terdepan yang tidak hanya berfokus pada perbaikan spiritual, tetapi juga turut menjaga stabilitas sosial dan keharmonisan antar umat beragama di Indonesia (Hidayatullah 2012). Dengan demikian, Muhammadiyah tidak hanya menjadi wadah pembelajaran agama, tetapi juga berperan sebagai penggerak perubahan sosial yang positif dalam masyarakat.

Muhammadiyah, sebagai organisasi Islam yang telah berdiri lebih dari satu abad, telah menetapkan identitasnya melalui konsep "Islam Berkemajuan." Menurut Prof. Nakamura, konsep ini mencerminkan tujuan Muhammadiyah yang lebih dari sekadar gerakan keagamaan, tetapi juga gerakan sosial yang berupaya membawa Indonesia menuju kemajuan yang berlandaskan pada nilai-nilai kemanusiaan universal (Arifin, Mughni, and Nurhakim 2022). Kemajuan yang dimaksud oleh Muhammadiyah tidak hanya terbatas pada perkembangan teknologi dan ekonomi, melainkan juga mencakup perbaikan dalam aspek moral, sosial, dan spiritual masyarakat. Hal ini tercermin dalam berbagai keputusan penting yang dihasilkan dari muktamar Muhammadiyah, yang secara konsisten menunjukkan dukungannya terhadap prinsip-prinsip demokrasi, perlindungan hak-hak minoritas, serta pembelaan terhadap kelompok yang terpinggirkan (Burhani 2023). Muhammadiyah telah menjadikan nilai-nilai inklusivitas dan toleransi sebagai landasan dalam membentuk tatanan sosial yang lebih adil dan berkeadaban.

Muhammadiyah secara tegas menanggapi fenomena "Arabisasi" dalam wacana Islam di Indonesia dengan mengedepankan pentingnya pengembangan pemahaman Islam yang sesuai dengan konteks lokal. Organisasi ini berupaya mengembangkan "Islam Indonesia" yang tidak hanya terpengaruh oleh tradisi Timur Tengah, tetapi juga menyelaraskan ajaran Islam dengan budaya dan nilai-nilai khas Indonesia (Inayatillah, Kamaruddin, and Anzaikhan 2022). Melalui sikap ini, Muhammadiyah ingin memastikan bahwa identitas Islam di Indonesia tetap relevan dengan dinamika sosial dan budaya lokal, tanpa mengabaikan prinsip-prinsip dasar dalam al-Qur'an dan Sunnah. Upaya ini merupakan bagian dari perjuangan Muhammadiyah untuk mempertahankan kebhinekaan dalam kehidupan beragama dan menjaga Islam yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat Indonesia (Samsudin and Prabowo 2022).

Seiring dengan perjalanan sejarahnya, Muhammadiyah telah dikenal dengan berbagai identitas yang melekat padanya, baik yang muncul dari pandangan luar maupun yang berkembang di kalangan internal organisasi. Sejumlah istilah seperti Islam Modernis, Islam Puritan, Islam Reformis, Islam Moderat, Islam Progresif, hingga Islam Murni, menggambarkan spektrum pemahaman dan pandangan yang ada dalam tubuh Muhammadiyah (Moewashi Idharul Haq 2023). Beberapa sebutan ini datang dari luar organisasi, sebagai respons terhadap gerakan dan ideologi yang dijalankan oleh Muhammadiyah, sementara sebagian lagi muncul dari dalam organisasi itu sendiri sebagai upaya untuk memberikan karakteristik yang sesuai dengan misi dan tujuan gerakan. Keberagaman identitas ini mencerminkan dinamika internal Muhammadiyah yang terus berkembang, baik dalam konteks pemikiran keagamaan maupun dalam praktik sosialnya.

Muhammadiyah memiliki komitmen kuat terhadap kelompok-kelompok yang mengalami marginalisasi dan diskriminasi (Isman 2023). Organisasi ini tidak hanya berfokus pada pembaharuan dalam bidang keagamaan, tetapi juga aktif dalam memperjuangkan keadilan sosial bagi semua lapisan masyarakat. Dengan mengedepankan nilai-nilai keadilan dan kemanusiaan, Muhammadiyah berperan sebagai jembatan bagi mereka yang terpinggirkan, serta berusaha menciptakan masyarakat yang lebih adil dan

sejahtera. Dengan posisi ini, Muhammadiyah tidak hanya mengedepankan pembaruan dalam tataran spiritual, tetapi juga mengambil bagian dalam pembentukan tatanan sosial yang lebih inklusif, harmonis, dan berkeadaban, sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam yang sejati (Syaifatul Jannah and Ida 2022).

Majelis Pembinaan Kader Muhammadiyah dan Sumber Daya Insani (MPKSDI) melalui program Baitul Arqam berupaya memperkuat pemahaman ideologi Islam berkemajuan di kalangan kadernya (Santoso et al. 2021). Program ini tidak hanya menggunakan metode tradisional seperti ceramah, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital. Materi-materi yang disampaikan, seperti tafsir tematik dan kajian sosial Islam, disajikan melalui aplikasi digital, media sosial, dan video pendek untuk meningkatkan daya tarik dan interaktivitas. Forum diskusi daring yang diadakan dalam program ini memungkinkan peserta untuk terlibat langsung dalam mendalami nilai-nilai ideologi yang diajarkan. Pendekatan inovatif ini memberikan model yang adaptif terhadap era digital dalam proses kaderisasi organisasi berbasis agama (Fatayan, Ayu, and Bachrudin 2022).

Muhammadiyah secara aktif menjalankan kampanye melalui media sosial untuk menyebarkan narasi Islam Berkemajuan. Salah satu contoh adalah kampanye “Islam Berkemajuan untuk Dunia Berkeadilan,” yang dirancang untuk menjangkau generasi muda (Ali 2015). Kampanye ini menggunakan berbagai media kreatif, seperti infografik, video animasi, dan podcast, yang diunggah di platform seperti Instagram dan YouTube. Siaran langsung dan diskusi interaktif juga menjadi bagian dari strategi ini, memberikan ruang dialog dengan audiens. Tidak hanya itu, kader Muhammadiyah dilatih menjadi "duta digital" yang mampu menyampaikan nilai-nilai organisasi secara efektif di ruang publik digital (Subur and Hidayati 2020). Pendekatan ini menggabungkan komunikasi modern dengan esensi ideologi Islam, menjadikannya relevan dengan kebutuhan generasi saat ini.

Komunikasi organisasi menjadi elemen strategis yang vital dalam mendukung penyebaran ideologi Islam berkemajuan yang menjadi ciri khas Muhammadiyah. Sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia, Muhammadiyah memahami bahwa tantangan globalisasi dan perubahan sosial memerlukan pendekatan komunikasi yang inovatif dan adaptif (Afdhal 2023). Komunikasi yang terstruktur tidak hanya memperkuat hubungan internal organisasi, tetapi juga memungkinkan penyampaian pesan keislaman yang relevan dengan kebutuhan zaman kepada khalayak yang lebih luas. Dalam konteks ini, Muhammadiyah memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial dan forum diskusi daring, sebagai sarana utama untuk menjangkau generasi muda, menciptakan ruang dialog, dan menyebarkan nilai-nilai moderasi, toleransi, serta keadilan sosial secara efektif (Panggarra, Sumule, and Leonard 2019).

Penggunaan media digital oleh Muhammadiyah mencerminkan kesadaran organisasi terhadap peran teknologi dalam memperluas jangkauan dakwah. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan aplikasi berbasis pendidikan digunakan untuk menyajikan pesan-pesan keislaman dalam format yang kreatif dan menarik (Reyna, Hanham, and Meier 2017). Selain itu, diskusi virtual dan webinar sering kali menjadi wadah bagi anggota dan masyarakat umum untuk membahas isu-isu kontemporer dalam perspektif Islam

berkemajuan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya jangkau pesan Muhammadiyah, tetapi juga memperkuat keterlibatan aktif generasi muda dalam memahami dan mempraktikkan ajaran Islam yang relevan dengan konteks modern (Denis Irwandi, Akbar, and Santa 2023). Hal ini menunjukkan kemampuan Muhammadiyah untuk beradaptasi dengan perubahan zaman tanpa kehilangan esensi nilai-nilai agama.

Dalam mengimplementasikan nilai-nilai Islam berkemajuan, Muhammadiyah menekankan pentingnya kontekstualisasi ajaran agama sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Upaya ini bertujuan untuk mencegah dominasi budaya luar yang kurang relevan, seperti Arabisasi, sekaligus menjaga identitas Islam Indonesia yang inklusif dan adaptif (Muhtador 2017). Pendekatan ini dilakukan melalui pendidikan, kegiatan sosial, dan program pemberdayaan masyarakat yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan kemanusiaan. Dengan demikian, Muhammadiyah tidak hanya berperan sebagai organisasi dakwah, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mempromosikan keadilan, keberagaman, dan harmoni dalam Masyarakat (Pinatik 2024).

Sebagai pelopor gerakan Islam progresif, Muhammadiyah terus memantapkan dirinya sebagai model organisasi yang mampu merespons tantangan global secara strategis (Nugroho, Warsito, and Surwandono 2017). Nilai-nilai seperti demokrasi, penghormatan terhadap hak asasi manusia, dan perlindungan kelompok minoritas menjadi pilar utama dalam setiap aktivitasnya. Melalui komunikasi organisasi yang inovatif dan inklusif, Muhammadiyah berhasil membangun kepercayaan publik dan memperkuat perannya sebagai penjaga stabilitas sosial. Dengan strategi ini, Muhammadiyah tidak hanya menjaga relevansi nilai-nilai Islam di tengah perubahan zaman, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan tatanan masyarakat yang adil, sejahtera, dan berkeadaban (Suhaeni 2020).

Permasalahan yang relevan untuk diteliti mencakup aspek strategis komunikasi Muhammadiyah dalam mempromosikan ideologi Islam berkemajuan melalui berbagai pendekatan. Pada program Baitul Arqam, penting untuk menganalisis transfer nilai-nilai ideologi Islam kepada kader, khususnya dalam menghadapi perubahan zaman yang menuntut inovasi dalam metode kaderisasi (Nihayati and Farid 2019). Sementara itu, pada kampanye ideologi Islam melalui media sosial, diperlukan evaluasi terhadap keberhasilan strategi komunikasi Muhammadiyah dalam menjangkau generasi muda dan memperkuat pemahaman mereka terhadap nilai-nilai moderasi, toleransi, serta keadilan sosial di tengah kompleksitas dinamika sosial. Penelitian ini penting untuk mengkaji efektivitas komunikasi organisasi Muhammadiyah sebagai alat strategis dalam memperkuat internalisasi ideologi sekaligus memperluas pengaruhnya di masyarakat luas (Refai et al. 2024)

Meskipun Muhammadiyah telah banyak dikaji dari perspektif ideologis, historis, dan sosial-politik, masih terdapat kekosongan dalam literatur mengenai mekanisme adopsi dan penyebaran inovasi komunikasi yang diterapkan organisasi ini di era digital; oleh karena itu, penelitian ini memadukan kerangka Communicative Constitution of Organizations (CCO) (McPhee and Zaugg 2001) dan Diffusion of Innovations (Rogers 2003). untuk memahami bagaimana praktik komunikasi berfungsi sebagai instrumen konstitutif sekaligus inovasi

yang menyebar di antara anggota dan khalayak luas. Penelitian ini bertujuan menjawab dua pertanyaan riset utama, yakni bagaimana strategi komunikasi Muhammadiyah diinternalisasikan melalui proses adopsi inovasi digital seperti penggunaan media sosial dan aplikasi edukasi untuk mempromosikan ideologi Islam berkemajuan di kalangan generasi muda, dan bagaimana pesan ideologis Islam berkemajuan menyebar (diffusion) serta diadopsi oleh anggota organisasi dan komunitas eksternal melalui berbagai saluran komunikasi digital. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya mengisi research gap tentang adopsi inovasi dalam komunikasi organisasi keagamaan, tetapi juga memperkaya kajian tentang Diffusion of Innovations dalam konteks dakwah digital serta memperluas pemahaman teoretis mengenai bagaimana organisasi keagamaan khususnya Muhammadiyah menggunakan praktik komunikasi untuk membentuk identitas dan memobilisasi dukungan ideologis di era teknologi.

TINJAUAN PUSTAKA

Muhammadiyah sebagai organisasi Islam modern telah memainkan peran strategis dalam membangun komunikasi ideologis melalui pendekatan yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Dalam konteks ini, teologi Al-Ma'un menjadi fondasi moral sekaligus etika sosial Muhammadiyah yang mengartikulasikan keberpihakan terhadap kaum mustadh'afin serta keterlibatan aktif dalam isu-isu ekososial, termasuk krisis iklim dan hak-hak masyarakat adat. Dakwah ekologis Muhammadiyah bergerak dari pendekatan puritan ke arah sosio-ekosentris yang lebih dialogis, sebagai strategi menghindari konflik kultural dan memperluas makna dakwah sebagai advokasi perubahan social (Permadi et al. 2022).

Identitas Muhammadiyah dalam lanskap masyarakat Muslim di Jawa menunjukkan dinamika yang kompleks. Strategi komunikasi Muhammadiyah tidak hanya ditentukan oleh dimensi teologis, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh konstruksi sosial-historis masyarakat local (Qodir et al. 2021). Dalam praktiknya, ideologi Islam Berkemajuan diartikulasikan melalui integrasi nilai-nilai agama, pendidikan, dan pemberdayaan sosial secara simultan. Maka, pemahaman terhadap konteks lokal menjadi penting dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif, utamanya dalam menghadapi pluralitas budaya dan tradisi keagamaan masyarakat Jawa.

Strategi komunikasi yang dijalankan Muhammadiyah memperlihatkan relevansi pendekatan public relations strategis, di mana narasi ideologis seperti Islam Berkemajuan dikemas secara konsisten dan representatif dalam berbagai platform. Pentingnya integrasi nilai-nilai budaya Muhammadiyah ke dalam strategi komunikasi organisasi melalui pendekatan Pacanowsky, yang menggaris bawahi pentingnya simbol, narasi, dan ritus dalam menciptakan identitas kolektif. Strategi ini tidak hanya membangun persepsi publik, tetapi juga memperkuat kohesi internal melalui representasi nilai yang autentik dan berkelanjutan (Sumarlan and Ukka 2024).

Transformasi digital memainkan peran krusial dalam memperluas jangkauan ideologi Islam Berkemajuan. Melalui platform digital seperti www.suaramuhammadiyah.id, strategi komunikasi Muhammadiyah mengalami perubahan signifikan. Digital public relations

(DPR) memungkinkan Muhammadiyah membangun komunikasi simetris dan partisipatif, sekaligus menyusun konten berbasis data dan kebutuhan audiens. Pendekatan ini selaras dengan Excellence Theory dan Mediatization Theory yang menyarankan penggunaan teknologi sebagai sarana interaksi yang memperkuat misi dakwah ideologis dalam ruang publik digital (Sumarlan and Anis 2025).

Akhirnya, perkembangan wacana Islam Berkemajuan dalam tubuh Muhammadiyah tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial-politik Indonesia kontemporer. Kongres Muhammadiyah ke-47 menjadi tonggak artikulatif dari ideologi ini, dengan menekankan pentingnya pencerahan dan kemajuan dalam membangun peradaban bangsa. Islam Berkemajuan merupakan bentuk sintesis antara nilai-nilai keislaman yang rasional, terbuka, dan modern dengan semangat kebangsaan yang inklusif dan transformatif. Oleh karena itu, strategi komunikasi inovatif Muhammadiyah tidak hanya menjadi alat penyebaran pesan, tetapi juga medium konstitutif dalam membentuk ruang publik Islam yang progresif dan relevan (Ali 2015).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi strategi komunikasi inovatif yang diterapkan Muhammadiyah dalam mempromosikan ideologi Islam progresif (Mappasere and Suyuti 2019). Pendekatan ini memungkinkan pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dan komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks bagaimana Muhammadiyah mengadaptasi nilai-nilai ideologisnya melalui berbagai saluran dan metode. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pengurus Muhammadiyah, khususnya mereka yang terlibat dalam program kaderisasi dan kampanye digital, serta observasi langsung terhadap implementasi strategi komunikasi dalam berbagai kegiatan organisasi.

Analisis dokumen menjadi bagian integral dari metode ini, mencakup penelaahan terhadap konten media sosial, materi dakwah digital, dan publikasi resmi Muhammadiyah, seperti modul pelatihan dan laporan program. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan tematik, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan strategi kunci dalam praktik komunikasi organisasi (Tresnaningsih, Santi, and Suminarsih 2019). Fokus utama penelitian adalah memahami bagaimana inovasi dalam komunikasi, seperti pemanfaatan teknologi digital dan media sosial, berkontribusi dalam memperkuat daya jangkau ideologi Islam progresif, baik secara internal maupun eksternal. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan temuan yang komprehensif dan relevan untuk mendukung pengembangan strategi komunikasi organisasi berbasis agama di era modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adopsi Inovasi Digital oleh Muhammadiyah

Strategi komunikasi Muhammadiyah dalam mempromosikan ideologi Islam berkemajuan menjadi kajian menarik mengingat tantangan yang dihadapi organisasi ini dalam menyampaikan pesan-pesan Islam yang relevan dengan perkembangan zaman

(Masduki and Widyatama 2019). Salah satu temuan utama adalah kemampuan Muhammadiyah untuk memanfaatkan berbagai platform komunikasi modern, seperti media sosial, webinar, dan publikasi digital. Teknologi ini memungkinkan pesan-pesan Islam berkembang menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang cenderung lebih akrab dengan media digital. Pemanfaatan media sosial, misalnya, tidak hanya meningkatkan visibilitas organisasi tetapi juga memperkuat narasi inklusivitas Islam yang berorientasi pada kemajuan peradaban. Sebagaimana dijelaskan oleh informan: *“Kami rutin menyelenggarakan webinar interaktif dan memproduksi video pendek untuk Instagram, YouTube, serta memublikasikan artikel digital di situs resmi Muhammadiyah. Dengan pendekatan visual dan narasi inklusif, pesan Islam berkembang mampu menembus batas generasi—terutama kaum muda—karena mereka lebih cepat menangkap konten yang dikemas secara ringkas dan menarik.”* (Wawancara FA, Maret 2025)

Keberhasilan Muhammadiyah dalam membangun strategi komunikasi tidak terlepas dari pendekatan multidimensional yang diterapkannya (Ayundasari 2022). Salah satunya adalah penggunaan narasi berbasis nilai-nilai universal yang dapat diterima oleh berbagai kalangan. Pesan-pesan seperti pentingnya pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan sosial-ekonomi sering kali menjadi tema utama yang diangkat. Hal ini tidak hanya memperkuat relevansi ideologi Islam berkembang tetapi juga menunjukkan fleksibilitas organisasi dalam merespons kebutuhan masyarakat. Analisis terhadap konten publikasi resmi Muhammadiyah menunjukkan bahwa pendekatan ini berhasil menarik perhatian berbagai kelompok, termasuk mereka yang sebelumnya tidak memiliki hubungan langsung dengan organisasi.

“Dalam setiap unggahan, kami selalu menekankan nilai-nilai universal—seperti pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan sosial-ekonomi—karena tiga tema ini resonan dengan berbagai lapisan masyarakat. Misalnya, pada kampanye ‘Berkemajuan Bersama Muhammadiyah’, ‘Kemakmuran untuk semua’, kami mengangkat cerita sukses program beasiswa dan diaspora kader; konten ini tidak hanya menarik perhatian kader, tetapi juga masyarakat awam yang sebelumnya belum terpapar pesan kami.” (Wawancara FR, Maret 2025)

Kajian juga mengungkapkan bahwa pendekatan personal melalui tokoh-tokoh karismatik di lingkungan Muhammadiyah memainkan peran signifikan (Hidayat, Febriana, and Widniyah 2023). Sosok-sosok pemimpin yang memiliki integritas tinggi dan kemampuan komunikasi yang baik sering kali menjadi jembatan efektif untuk menyampaikan nilai-nilai Islam berkembang. Tokoh-tokoh ini tidak hanya aktif dalam kegiatan dakwah tetapi juga sering terlibat dalam diskusi publik, seminar akademik, dan forum lintas agama. Kehadiran mereka memberikan wajah humanis pada ideologi yang diusung, yang pada gilirannya membantu membangun kepercayaan dan koneksi emosional dengan audiens.

Di sisi lain, tantangan yang dihadapi Muhammadiyah dalam menjalankan strategi ini tidak bisa diabaikan. Polarisasi sosial dan politik sering kali memengaruhi cara audiens menerima pesan yang disampaikan. Konten yang bertujuan mempromosikan inklusivitas dan kemajuan peradaban terkadang disalahpahami atau bahkan ditolak oleh kelompok tertentu (Kriswantoro et al. 2022). Namun, pendekatan adaptif Muhammadiyah dalam

merespons kritik menunjukkan kemampuan organisasi ini untuk terus relevan di tengah dinamika masyarakat. Salah satu contohnya adalah bagaimana Muhammadiyah mengintensifkan kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan organisasi masyarakat sipil untuk memperkuat pesan-pesan yang diusung.

Pendekatan berbasis kolaborasi menjadi salah satu elemen kunci dalam strategi komunikasi Muhammadiyah. Kerja sama dengan media lokal maupun nasional memungkinkan organisasi ini mendapatkan cakupan lebih luas dalam menyampaikan pesan-pesannya. Selain itu, sinergi dengan institusi akademik memberikan legitimasi ilmiah pada ideologi Islam berkemajuan yang diusung. Analisis terhadap berbagai program kolaboratif menunjukkan bahwa pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi komunikasi tetapi juga memberikan dampak jangka panjang bagi penguatan citra organisasi (Patrianti 2020).

“Kami menyadari bahwa tema inklusivitas dan kemajuan peradaban kadang ditafsirkan berbeda oleh kelompok dengan peta politik tertentu—ada yang menilai pesan kami ‘terlalu liberal’, atau ‘melenceng dari syariat’. Untuk itu, kami memperkuat kolaborasi dengan universitas Muhammadiyah dan NGO local dan Internasional, menyelenggarakan forum diskusi bersama pelajar dan tokoh masyarakat, sehingga kritik konstruktif dapat diakomodasi dan narasi inklusif kami semakin dipahami.” (Wawancara KS, April 2025)

Hal menarik lainnya adalah integrasi nilai-nilai Islam berkemajuan ke dalam program-program berbasis aksi (Ruslan 2020). Muhammadiyah tidak hanya mempromosikan nilai-nilai tersebut melalui retorika tetapi juga melalui implementasi langsung dalam bentuk program sosial. Kegiatan seperti pembangunan fasilitas kesehatan, pemberian beasiswa, dan bantuan kemanusiaan menjadi sarana komunikasi yang efektif. Studi menunjukkan bahwa pendekatan ini lebih mudah diterima oleh masyarakat karena pesan yang disampaikan terlihat nyata dalam bentuk manfaat langsung.

“Dalam program ‘Mencetak Kader Wirausaha’ yang kami publikasikan di Instagram, kami menekankan nilai Islam berkemajuan melalui pelatihan soft-skill bisnis, pendampingan modal mikro, dan bimbingan akhlak kewirausahaan. Peserta tidak hanya belajar berwirausaha, tetapi juga menerapkan prinsip keadilan sosial dan kesejahteraan umat—sehingga program ini menjadi bukti nyata bahwa narasi inklusif kami berjalan bersama aksi langsung.” (Wawancara MA, April)

Penelitian ini menemukan bahwa fleksibilitas ideologi Islam berkemajuan yang diusung Muhammadiyah menjadi salah satu daya tarik utamanya (Ja’far Assagaf, Toto Suharto 2015). Ideologi ini tidak hanya menekankan pentingnya keseimbangan antara agama dan kemajuan duniawi tetapi juga memberikan ruang interpretasi yang cukup luas untuk disesuaikan dengan konteks lokal. Dalam praktiknya, fleksibilitas ini memungkinkan Muhammadiyah untuk tetap relevan di berbagai wilayah dengan kondisi sosial-budaya yang berbeda.

Kajian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana strategi komunikasi yang adaptif dan multidimensional dapat menjadi alat efektif untuk mempromosikan ideologi Islam yang berorientasi pada kemajuan (Lopulalan et al. 2022). Temuan ini juga memberikan wawasan tentang pentingnya sinergi antara komunikasi digital,

narasi berbasis nilai, dan aksi nyata dalam membangun koneksi yang lebih kuat dengan masyarakat. Di tengah tantangan globalisasi dan disrupsi teknologi, pendekatan yang dilakukan Muhammadiyah dapat menjadi model inspiratif bagi organisasi lain yang menghadapi tantangan serupa.

Muhammadiyah tidak hanya memanfaatkan media modern, tetapi juga menunjukkan kepekaan terhadap kebutuhan audiens melalui pengelolaan konten yang konsisten dan relevan (Kurniasih and Setianti 2024). Penggunaan narasi yang kontekstual menjadi salah satu keunggulan strategis. Pesan-pesan yang disampaikan sering kali merujuk pada isu-isu yang tengah menjadi perhatian publik, seperti tantangan global terhadap perubahan iklim, pendidikan inklusif, dan transformasi digital. Hal ini menciptakan relevansi yang tinggi antara ideologi Islam berkemajuan dengan realitas kontemporer, sehingga mampu menarik perhatian berbagai kalangan, termasuk yang belum terpapar gagasan Muhammadiyah secara langsung.

Pengamatan terhadap pola komunikasi Muhammadiyah menunjukkan bahwa organisasi ini tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga menciptakan ruang dialog yang inklusif. Forum-forum diskusi, baik secara daring maupun luring, menjadi sarana penting dalam membangun pemahaman bersama antara Muhammadiyah dan masyarakat luas. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat penerimaan ideologi Islam berkemajuan tetapi juga mendorong terjadinya pertukaran gagasan yang konstruktif. Dalam konteks ini, Muhammadiyah berhasil memosisikan dirinya sebagai mitra strategis dalam menghadapi tantangan sosial (Satriawan, Lailam, and Andrianti 2022).

Selain melalui dialog, Muhammadiyah memanfaatkan kekuatan jaringan organisasinya untuk menyebarluaskan nilai-nilai Islam berkemajuan (Alifuddin, Samritin, and Rosmini 2022). Struktur hierarkis yang terintegrasi dari pusat hingga ranting memberikan efisiensi dalam penyebaran pesan. Setiap level organisasi memiliki peran strategis, mulai dari menyampaikan ideologi melalui pendidikan formal hingga melalui kegiatan keagamaan di tingkat komunitas. Kombinasi antara pendekatan top-down dan bottom-up ini menciptakan sinergi yang kuat dalam menyampaikan pesan secara seragam, tanpa kehilangan fleksibilitas untuk beradaptasi dengan konteks lokal.

Penelitian ini menyoroti peran penting pendidikan dalam strategi komunikasi Muhammadiyah (Nurlaila Al Aydrus et al. 2022). Institusi pendidikan yang didirikan oleh Muhammadiyah, seperti sekolah dan universitas, menjadi medium utama dalam menyemai ideologi Islam berkemajuan. Kurikulum yang dirancang tidak hanya berorientasi pada pencapaian akademik tetapi pembentukan karakter yang sesuai dengan nilai-nilai Muhammadiyah. Generasi muda yang lahir dari sistem pendidikan ini sering kali menjadi agen perubahan yang mampu meneruskan pesan-pesan organisasi secara kreatif di lingkungan mereka masing-masing.

“MPKSDI PP Muhammadiyah menyelenggarakan Uji Publik Kurikulum Sekolah Ideologi Muhammadiyah, di mana kami mengintegrasikan kompetensi akademik dengan pembentukan karakter Islam berkemajuan. Kurikulum ini tidak hanya menekankan prestasi akademik, tetapi juga materi tentang toleransi, inovasi sosial, dan kepemimpinan berbasis

nilai-nilai universal, sehingga lulusan sekolah Muhammadiyah siap menjadi agen perubahan di masyarakat.” (Wawancara GB, Mei 2025)

Penting untuk dicatat bahwa Muhammadiyah tidak sekadar berfokus pada internalisasi nilai-nilai ideologis di kalangan anggotanya. Organisasi ini juga aktif membangun hubungan lintas sektoral, termasuk dengan pemerintah (Misbahuddin 2021), sektor swasta, dan organisasi internasional. Kerja sama ini memberikan ruang bagi Muhammadiyah untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam berkemajuan ke dalam kebijakan publik dan inisiatif global. Dalam beberapa kasus, Muhammadiyah bahkan berhasil menjadi fasilitator dialog antaragama di tingkat internasional, memperkuat citra Islam sebagai agama yang mempromosikan perdamaian dan kemajuan.

Dari perspektif komunikasi, keunikan Muhammadiyah terletak pada kemampuannya memadukan antara tradisi dan modernitas (Siregar and Rangkuti 2023). Sementara pesan-pesan ideologis tetap berakar pada prinsip-prinsip dasar Islam, cara penyampaiannya selalu mengikuti perkembangan zaman. Pemanfaatan big data untuk memahami pola perilaku audiens menjadi salah satu langkah progresif yang diambil. Data ini digunakan untuk merancang kampanye komunikasi yang lebih tepat sasaran, mulai dari segmentasi audiens hingga pengoptimalan waktu publikasi konten. Langkah ini menunjukkan bahwa Muhammadiyah tidak hanya adaptif terhadap perubahan teknologi, tetapi juga proaktif dalam mengadopsi inovasi untuk mendukung misinya.

Keberhasilan Muhammadiyah dalam menerapkan strategi ini tidak lepas dari komitmen organisasi untuk terus melakukan evaluasi. Setiap program komunikasi yang diluncurkan dievaluasi secara berkala untuk memastikan efektivitasnya. Hasil evaluasi ini tidak hanya digunakan untuk menyempurnakan program yang ada, tetapi juga menjadi landasan dalam merancang inisiatif baru. Pendekatan berbasis data ini memastikan bahwa setiap langkah yang diambil organisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap audiens yang dituju (Djaini, Haslinah, and Muthmainah 2023).

Strategi komunikasi Muhammadiyah dalam mempromosikan ideologi Islam berkemajuan menunjukkan pendekatan yang terencana, inklusif, dan berkelanjutan. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa pengelolaan komunikasi yang baik mampu mengubah ideologi menjadi gerakan yang relevan dan diterima secara luas (Fahrudin and Prayudha 2023). Temuan ini tidak hanya relevan bagi pengembangan Muhammadiyah ke depan, tetapi juga memberikan inspirasi bagi organisasi lain dalam menghadapi tantangan komunikasi di era modern.

Tabel 1. Data Wawancara

No.	Informan (Jabatan)	Fokus Topik
1	Ketua MPKSDI	Integrasi kurikulum dan karakter
2	Wakil Ketua Bidang Diaspora	Respons terhadap polarisasi dan kolaborasi
3	Wakil Ketua Bidang Wacana	Narasi nilai-nilai universal
4	Wakil Ketua Perkaderan Komunitas	Implementasi aksi sosial
5	Tim Media	Paparan awal dan konten digital

No.	Informan (Jabatan)	Fokus Topik
6	Wakil Ketua Perkaderan Persyarikatan	Kader wirausaha

Difusi dan Adopsi Pesan Islam Berkemajuan melalui Media Digital

Organisasi Muhammadiyah menerapkan *Diffusion of Innovations* (Rogers 2003) untuk memahami proses difusi (penyebaran) dan *adopsi* (penerimaan) inovasi komunikasi digital. Dalam kerangka ini, proses difusi dimulai dengan tahap *knowledge*, di mana audiens pertama kali terpapar pesan-pesan Islam berkemajuan melalui konten digital seperti infografik, video pendek, dan artikel interaktif. Data wawancara dengan Koordinator Media Digital PP Muhammadiyah mengungkap bahwa:

“Kami rutin mempublikasikan modul interaktif dan video testimoni kader di Instagram dan YouTube untuk memperkenalkan gagasan baru tentang Islam inklusif dan progresif” (Data Wawancara, 5 Mei 2025). (Wawancara BS, Mei 2025)

Setelah *knowledge*, tahap *persuasion* terjadi ketika audiens mulai mengevaluasi relevansi pesan. Konten yang menekankan nilai-nilai universal pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan sosial-ekonomi membantu memfasilitasi evaluasi positif, terutama di kalangan generasi muda (Ayundasari 2022). Misalnya, kampanye “Sehat dan Cerdas Bersama Muhammadiyah” memadukan narasi inklusif dengan ilustrasi interaktif, sehingga pesan berkemajuan terasa dekat dengan kebutuhan sehari-hari audiens.

Tahap *decision* terlihat pada perilaku *like*, *share*, dan *comment* pada unggahan resmi @mpksdi_ppm. Analisis metrik engagement menunjukkan bahwa konten edukatif dan testimoni penerima manfaat program sosial memiliki tingkat adopsi lebih tinggi indikator bahwa audiens memilih untuk mempercayai dan menyebarkan kembali pesan ideologis Muhammadiyah. Hal ini konsisten dengan temuan (Rogers 2003) bahwa adopsi awal dipicu oleh persepsi manfaat langsung.

Dalam tahap *implementation*, organisasi mendorong anggota dan simpatisan untuk menerapkan nilai Islam berkemajuan dalam aktivitas sehari-hari misalnya, mengunduh modul *e-learning*, berpartisipasi dalam webinar interaktif, atau bergabung dalam forum diskusi daring. Data wawancara Koordinator Program Sosial PP Muhammadiyah (12 Mei 2025) menegaskan bahwa:

“keikutsertaan kader dalam pelatihan digital kami meningkat 35 % setelah peluncuran seri webinar ‘Digital Dakwah’,” menunjukkan adopsi praktis di tingkat basis (Data Wawancara, 12 Mei 2025). (Wawancara FA, Maret 2025)

Tahap *confirmation* dalam model difusi ditandai dengan umpan balik positif dan resharing konten oleh organisasi mitra, seperti lembaga pendidikan dan NGO lokal. Kolaborasi ini memperluas jangkauan pesan, sekaligus memperkuat legitimasi ideologi Islam berkemajuan di ruang publik digital—suatu contoh sinergi antara *institutional positioning* dalam CCO (McPhee and Zaugg 2001) dan difusi inovasi.

Kontekstualisasi konten menjadi kunci dalam mempercepat difusi: setiap pesan disesuaikan dengan kondisi lokal dan platform yang digunakan. Misalnya, materi dakwah untuk audiens kampus Muhammadiyah menekankan dimensi akademik dan kepemimpinan,

sedangkan untuk publik umum, narasi lebih fokus pada kisah kemanusiaan dan manfaat program sosial. Pendekatan ini memastikan bahwa adopsi pesan tidak bersifat generik, melainkan relevan secara kontekstual.

Meskipun strategi ini efektif, tantangan tetap ada, terutama resistensi dari kelompok yang melihat inovasi digital sebagai penyimpangan dari tradisi dakwah konvensional (Kriswanto et al. 2022). Untuk mengatasi hal ini, Muhammadiyah memperkuat jalur komunikasi dua arah, membuka ruang dialog daring dengan tokoh masyarakat dan alumni program digital, sehingga kritik dapat direspons secara konstruktif dan difusi inovasi dapat dipertahankan. Integrasi *Diffusion of Innovations* dalam strategi komunikasi digital Muhammadiyah menunjukkan bagaimana organisasi keagamaan dapat menerjemahkan ideologi progresif ke dalam praktik nyata yang terukur: dari paparan awal hingga implementasi dan konfirmasi, setiap tahap saling terkait dan memperkuat adopsi pesan Islam berkembang di kalangan anggota serta komunitas eksternal.

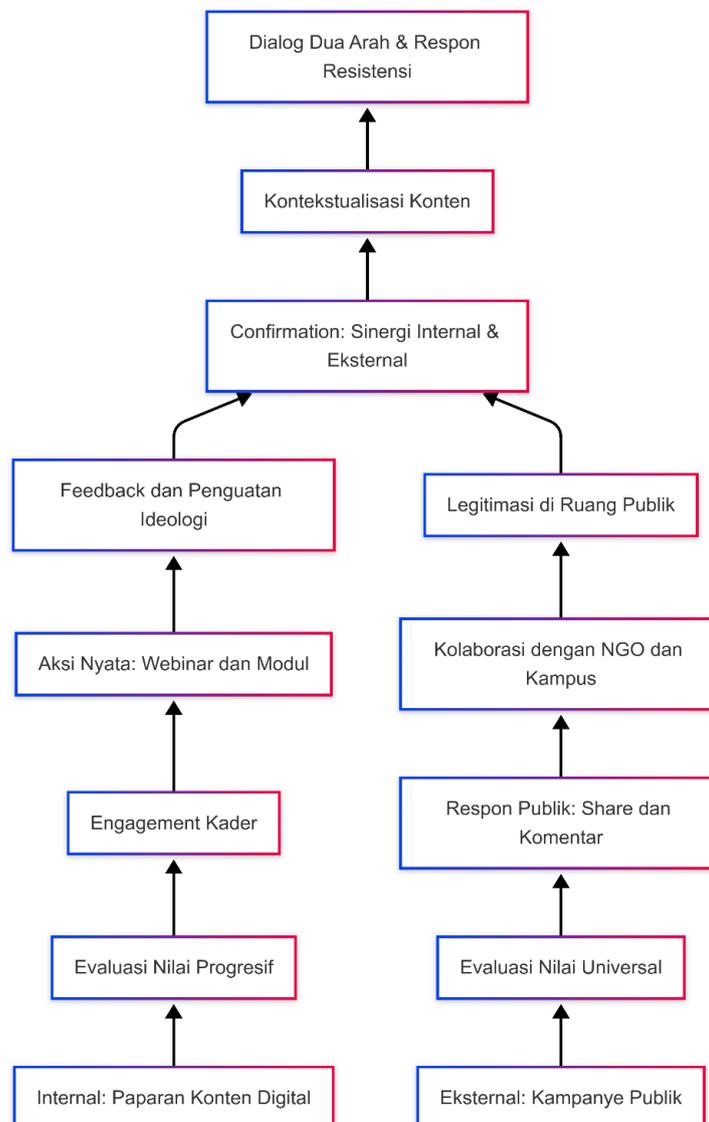


Figure 1. Difusi Islam Berkemajuan

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Muhammadiyah dalam mempromosikan ideologi Islam berkemajuan melalui media digital mengikuti tahapan yang sistematis dan terukur, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka *Diffusion of Innovations* (Rogers 2003). Proses ini dimulai dari paparan awal (*knowledge*) hingga konfirmasi sosial (*confirmation*) yang berlangsung melalui konten digital seperti video, infografik, dan kampanye interaktif. Setiap tahap difusi tidak hanya mengandalkan retorika ideologis, tetapi juga dikontekstualisasikan dalam narasi berbasis nilai-nilai universal dan praktik nyata di lapangan, menjadikan pesan-pesan Muhammadiyah mudah diterima oleh berbagai kalangan, termasuk generasi muda *digital-native*. Temuan ini memperkuat posisi Muhammadiyah sebagai organisasi keagamaan yang adaptif dan responsif terhadap dinamika sosial dan perkembangan teknologi komunikasi.

Dengan mengintegrasikan pendekatan *Communicative Constitution of Organizations* (CCO) dan teori difusi *inovasi*, penelitian ini menawarkan pemahaman baru tentang bagaimana komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai sarana konstitutif dalam membentuk, mereproduksi, dan menyebarluaskan identitas ideologis organisasi keagamaan di ruang publik digital. Kontribusi teoretis artikel ini terletak pada penjelasan menyeluruh mengenai hubungan antara adopsi inovasi komunikasi digital dan penguatan identitas Islam progresif dalam konteks organisasi berbasis nilai. Model ini dapat menjadi kerangka analisis yang relevan bagi studi-studi serupa di bidang komunikasi Islam, sosiologi organisasi, dan media keagamaan.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggali secara lebih spesifik dimensi interaktif dari komunikasi digital Muhammadiyah, misalnya dengan menganalisis algoritma distribusi konten, respons pengguna terhadap format tertentu, atau segmentasi audiens berbasis perilaku digital. Selain itu, kajian perbandingan dengan organisasi keagamaan lain, baik di tingkat nasional maupun internasional, dapat memberikan wawasan komparatif yang lebih luas tentang efektivitas strategi komunikasi ideologis dalam menghadapi tantangan globalisasi nilai dan disrupsi teknologi. Adapun riset longitudinal juga diperlukan untuk mengamati perubahan pola adopsi pesan dalam jangka waktu yang lebih panjang, sekaligus mengevaluasi dampaknya terhadap perubahan sikap dan tindakan khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, Afdhal. 2023. "An Examination of Traditional Customs in Minangkabau Leadership Tradition: Continuity and Changes in the Modern Era." *Publicus: Jurnal Administrasi Publik* 1 (2). <https://doi.org/10.30598/publicusvol1iss2p119-134>.
- Ali, Mohamad. 2015. "Pemikiran Pendidikan Islam Ahmad Syafii Maarif." *Profetika: Jurnal Studi Islam* 22 (02): 1–14. <https://doi.org/10.23917/profetika.v17i02.5293>.
- Alifuddin, Muhammad, Samritin Samritin, and Rosmini Rosmini. 2022. "Deskripsi Analitik

- Atas Gerak Pertumbuhan Dan Perkembangan Institusi Pendidikan Tinggi Muhammadiyah Di Sulawesi Tenggara.” *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 8 (1). <https://doi.org/10.35326/pencerah.v8i1.1990>.
- Anwar, Rosyida Nurul, and Siti Muhayati. 2021. “Upaya Membangun Sikap Moderasi Beragama Melalui Pendidikan Agama Islam Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Umum.” *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam* 12 (1).
- Arifin, Syamsul, Syafiq A. Mughni, and Moh Nurhakim. 2022. “The Idea of Progress: Meaning and Implications of Islam Berkemajuan in Muhammadiyah.” *Al-Jami’ah* 60 (2). <https://doi.org/10.14421/AJIS.2022.602.547-584>.
- Ayundasari, Lutfiah. 2022. “Implementasi Pendekatan Multidimensional Dalam Pembelajaran Sejarah Kurikulum Merdeka.” *Sejarah Dan Budaya: Jurnal Sejarah, Budaya, Dan Pengajarannya* 16 (1). <https://doi.org/10.17977/um020v16i12022p225-234>.
- Burhani, Ahmad Najib. 2023. “Civilized Congress: Election and Organization of the 48th Mukhtar of Muhammadiyah in Solo, Indonesia.” In *Studia Islamika*. Vol. 30. <https://doi.org/10.36712/sdi.v30i1.33378>.
- Dahlan, Universitas Ahmad, and Komitmen Ideologi. 2024. “Inovasi Program Peneguhan Komitmen Ideologi Al- Islam Dan Kemuhammadiyah Dalam Menghadapi Tantangan Dakwah Era Teknologi Digital Pada” 11 (1): 58–72.
- Denis Irwandi, Muhamad, Randika Akbar, and Rahmat Santa. 2023. “Analisis Kesadaran Generasi Muda Indonesia Dalam Dunia Politik.” *Jurnal Sosio Dan Humaniora (SOMA)* 2 (1). <https://doi.org/10.59820/soma.v2i1.82>.
- Djaini, Aditya, Andi Haslinah, and Hanifah Nurul Muthmainah. 2023. “Strategi Pengurangan Sampah Makanan Menggunakan Analisis Data Dan Teknologi.” *Jurnal Multidisiplin West Science* 2 (10). <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i10.701>.
- Fahrudin, Zulfikri Agusta, and Harliantara Harley Prayudha. 2023. “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Reputasi Universitas Muhammadiyah Malang.” *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI)* 6 (2).
- Fatayan, Arum, Sartika Ayu, and Aska Amalia Bachrudin. 2022. “Analysis of The Effectiveness of Muhammadiyah, Ciledug Branch, Tangerang City in the Membership Caderization Process.” *Al-Risalah* 13 (1). <https://doi.org/10.34005/alrisalah.v13i1.1806>.
- Hamid Bashori, Abdul, and Ivana Septian Maharani. 2022. “Strategi Komunikasi Islam Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam Masyarakat.” *Al Irsyad: Jurnal Studi Islam* 1 (1). <https://doi.org/10.54150/alirsyad.v1i1.85>.
- Hidayat, Taufik, Annisa Febriana, and Any Zahrotul Widniah. 2023. “Prevention of Stunting Problems in the Family Through the Approach Personal Communication.” *Journal Health & Science: Gorontalo Journal Health and Science Community* 7 (1). <https://doi.org/10.35971/gojhes.v7i1.17423>.
- Hidayatullah, Syarif. 2012. “The Consolidation of The Islamic Traditionalism: A Case Study of The Nahdatul Ulama.” *Prosiding the 4th International Conference on Indonesian*

- Studies: "Unity, Diversity, and Future" 4 (Globalization).*
- Inayatillah, Kamaruddin, and M. Anzaikhan. 2022. "The History of Moderate Islam in Indonesia and Its Influence on the Content of National Education." *Journal of Al-Tamaddun* 17 (2). <https://doi.org/10.22452/JAT.vol17no2.17>.
- Isman, Isman. 2023. "Islamic Progressive Literacy and Post-Populism 212: (Advancing the Ideology of Muhammadiyah Officials in Balikpapan)." *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat* 4 (1). <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i1.589>.
- Ja'far Assagaf, Toto Suharto, Suparmin. 2015. "Pendidikan Islam Moderat di Indonesia : Analisis Ideologi Atas Lembaga Pendidikan Muhammadiyah Dan Nahdlatul Ulama Di Wilayah Surakarta." *IAIN Surakarta*.
- Kriswantoro, Thomas, Endah Ayuning, Ardhana Reswara, and Ahmad Zidan. 2022. "Political Polarization Dan Political Disinformation." *Jurnal PolGov* 4 (2). <https://doi.org/10.22146/polgov.v4i2.3554>.
- Kurniasih, Erni, and Yanti Setianti. 2024. "Strategi Personal Branding Anies Baswedan Dalam Membangun Komunikasi Politik Melalui Instagram." *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (1). <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6074>.
- Lopulalan, Dortje L. Y., Fatmawati Rumra, Sandra Telussa, and Johana Nahuway. 2022. "Strategi Komunikasi Adaptif Masyarakat Pesisir Taniwel Timur." *Populis, Faculty of Social and Political Science, Ambon*. 15 (2).
- Mappasere, Stambol A, and Naila Suyuti. 2019. "Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif." *Metode Penelitian Sosial* 33.
- Masduki, Anang, and Rendra Widyatama. 2019. "Efektifitas Strategi Komunikasi Politik Elit Muhammadiyah DIY Dalam Pemenangan Pemilu DPD-RI Tahun 2014." *Communicare : Journal of Communication Studies* 5 (1). <https://doi.org/10.37535/101005120181>.
- McPhee, Robert D., and Pamela Zaug. 2001. "Organizational Theory, Organizational Communication, Organizational Knowledge, and Problematic Integration." *Journal of Communication* 51 (3): 574–91. <https://doi.org/10.1093/joc/51.3.574>.
- Mexi, Over, Ratu Mutialela, Moh Hafizni, and Isnawijayani Isnawijayani. 2023. "Komunikasi, Motivasi dan Budaya Terhadap Kinerja Organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Sumatera Selatan." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 6 (1). <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2349>.
- Misbahuddin, Misbahuddin Misbah. 2021. "Muhammadiyah Tobelo: Studi Kritis Sejarah Penyebaran Paham Dalam Masyarakat." *Farabi* 18 (1). <https://doi.org/10.30603/jf.v18i1.2482>.
- Moewashi Idharul Haq, Andri. 2023. "Muhammadiyah Sebagai Gerakan Sosial Keagamaan Baru." *FOCUS* 4 (2). <https://doi.org/10.26593/focus.v4i2.7210>.
- Mubarok, Ahmad Agis, and Diaz Gandara Rustam. 2019. "Islam Nusantara: Moderasi Islam di Indonesia." *Journal of Islamic Studies and Humanities* 3 (2). <https://doi.org/10.21580/jish.32.3160>.
- Muhtador, Moh. 2017. "The Religion Moral: Dialogis, Akulturasi, Dan Identitas Islam

- Indonesia.” *Esoterik* 3 (2). <https://doi.org/10.21043/esoterik.v3i2.4166>.
- Mursyid, Fathoni Khairil. 2023. “The History of Muhammadiyah.” *Journal of Indonesian History* 11 (1). <https://doi.org/10.15294/jih.v11i1.63236>.
- Nashir, Haedar, Zuly Qodir, Achmad Nurmandi, Hasse Jubba, and Mega Hidayati. 2019. “Muhammadiyah’s Moderation Stance in the 2019 General Election: Critical Views from Within.” *Al-Jami’ah: Journal of Islamic Studies* 57 (1). <https://doi.org/10.14421/ajis.2019.571.1-24>.
- Nihayati, Nihayati, and Faza Miftakhul Farid. 2019. “Kaderisasi Muhammadiyah Dalam Aspek Sosial di Ambarawa Pringsewu Lampung.” *Profetika: Jurnal Studi Islam*. <https://doi.org/10.23917/profetika.v0i0.8946>.
- Nugroho, Anjar, Tulus Warsito, and Surwandono. 2017. “Ali Shari’ati’s Revolutionary Islamic Thought and Its Relevance to the Contemporary Socio-Political Transformation.” *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 7 (2). <https://doi.org/10.18326/ijims.v7i2.251-276>.
- Nurlaila Al Aydrus, Nirmala, Adhriansyah A.Lasawali, and Abdul Rahman. 2022. “Peran Muhammadiyah Dalam Upaya Pengembangan Pendidikan Islam Di Indonesia.” *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman* 17 (1). <https://doi.org/10.56338/iqra.v17i1.2174>.
- Panggarra, Robi, Sumule, and Leonard. 2019. “The Effect of Contextual Based Youth Services on the Growth of the Gereja Kemah Injil Indonesia in Samarinda City.” *Jurnal Jaffray* 17 (1).
- Patrianti, Tria. 2020. “Mengelola Citra Dan Membangun Reputasi: Studi Atas Peran Peran Public Relations Di Universitas Muhammadiyah Jakarta.” *KAIS: Kajian Ilmu Sosial* 1 (1).
- Permadi, Iman, Ramadhani Jaka Samudra, Yassar Rizky Putra Utomo, and Dina Marga Hidayati. 2022. “Al Maun and Climate Crisis: Dynamic between Muhammadiyah and Indigenous Communities in 21th Century.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 42 (1): 95–110. <https://doi.org/10.21580/jid.v42.1.11216>.
- Pinatik, Hun Johanis Alfrits. 2024. “From Religious Hybridity to Indigenous Religion: Perubahan Paradigma Dan Praktik Ritual Penghayat Di Minahasa, Sulawesi Utara.” *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 10 (2). <https://doi.org/10.22146/jps.v10i2.83166>.
- Qodir, Zuly, Hasse Jubba, Dyah Mutiarin, and Mega Hidayati. 2021. “Muhammadiyah Identity and Muslim Public Good: Muslim Practices in Java.” *International Journal of Islamic Thought* 19 (1): 133–46. <https://doi.org/10.24035/IJIT.19.2021.203>.
- Refai, Refai, Siti Patimah, Subandi Subandi, and Deden Makbulloh. 2024. “Meningkatkan Efektivitas Keputusan Organisasi.” *Poace: Jurnal Program Studi Adminitrasi Pendidikan* 4 (1). <https://doi.org/10.24127/poace.v4i1.5084>.
- Reyna, Jorge, Jose Hanham, and Peter Meier. 2017. “A Taxonomy of Digital Media Types for Learner-Generated Digital Media Assignments.” *E-Learning and Digital Media* 14 (6). <https://doi.org/10.1177/2042753017752973>.
- Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion Of Innovations*. Fifth edit. New York: Free Press.

- Ruslan, Ahmad. 2020. "Falsafah Ajaran Kyai Ahmad Dahlan Dan Etos Pendidikan Muhammadiyah." *Chronologia* 2 (1). <https://doi.org/10.22236/jhe.v2i1.5620>.
- Samsudin, Agus, and Harjanto Prabowo. 2022. "Community-Based Health Coverage at the Crossroad: The Muhammadiyah Health Fund in Indonesia." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 12 (1). <https://doi.org/10.18326/ijims.v12i1.111-138>.
- Santoso, Tri, Giyoto Giyoto, Baidi Baidi, and Hari Kusmanto. 2021. "Challenges of Al Islam and Kemuhammadiyah (AIK) Learning with Baitul Arqam Model." *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5 (1). <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v5i1.1644>.
- Satriawan, Iwan, Tanto Lailam, and Nita Andrianti. 2022. "Peningkatan Peran Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah dalam Internasionalisasi Gerakan Muhammadiyah." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6 (4). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i4.9373>.
- Siregar, Ibrahim, and Suheri Sahputra Rangkuti. 2023. "Universalism of Islamic Scholarly Tradition: New Directions for Islamic Studies." *Islam Transformatif: Journal of Islamic Studies* 7 (2). <https://doi.org/10.30983/it.v7i2.8050>.
- Subur, Subur, and Istantia Widayati Hidayati. 2020. "Evaluation of Kemuhammadiyah Education Program Based on CIPP Method for Strengthening Muhammadiyah Kader." *Jurnal Tarbiyatuna* 11 (2). <https://doi.org/10.31603/tarbiyatuna.v11i2.4058>.
- Suhaeni, Eni. 2020. "Implementation of Sufism Values in Sociological Perspective Politics." *Rausyan Fikr : Journal of Thought and Enlightenment* 16 (1).
- Sumarlan, Iman, and Elis Zuliati Anis. 2025. "Strategic Communication in Religious Media : A Study of Muhammadiyah Digital Public Relations Through" 8 (2): 52–62.
- Sumarlan, Iman, and Ibrahim T I Ukka. 2024. "Public Relations to Foster Organization ' s Values and Identity : The Case of Muhammadiyah" 16 (2).
- Syaifatul Jannah, and Ida. 2022. "Bimbingan Rohani: Strategi Konseling Islam Untuk Meningkatkan Religiusitas di Lingkungan Pesantren." *Edu Consilium : Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pendidikan Islam* 3 (2). <https://doi.org/10.19105/ec.v3i2.6744>.
- Tresnaningsih, Fety, Dina Pratiwi Dwi Santi, and Ety Suminarsih. 2019. "Kemandirian Belajar Siswa Kelas III SDN karang Jalak I Dalam Pembelajaran Tematik." *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan* 6 (2). <https://doi.org/10.25134/pedagogi.v6i2.2407>.