



Globalisasi dan Dakwah Muhammadiyah: Analisis Transformasi Gerakan Sosial-Keagamaan Abad ke-21

Ihsan Abdul Haq¹

¹ Universitas Islam Jakarta, Indonesia

Article Info

Article History

Submitted 22-08-2025

Revised 28-09-2025

Accepted 15-10-2025

Published 09-11-2025

Keywords:

Muhammadiyah;
Globalization;
Islamic Da'wah;
Socio Religious;
Transformation

Correspondence:

ihsanelhaq12@gmail.com

Abstract

This research is important to understand how Muhammadiyah, as one of the largest Islamic organizations in Indonesia, transforms its da'wah strategy in facing the challenges and opportunities of globalization. The purpose of this study is to analyze the dynamics of Muhammadiyah's da'wah transformation as a socio-religious movement and its implications for the role of Islam and nationality in the global era. Using a qualitative-descriptive approach with literature study methods and critical discourse analysis of official documents, da'wah media, as well as organizational policies, this study found that Muhammadiyah has adopted a digitalization approach to da'wah, strengthening global issues such as social and ecological justice, and developing international networks. These results show that Muhammadiyah's da'wah has not only undergone technical changes, but also ideological transformation towards a progressive Islam that is globally relevant. The novelty of the research lies in the integrative mapping between globalization and local value-based da'wah strategies. The implications of these findings can be an important consideration in the formulation of national da'wah policies that are responsive to global dynamics and able to strengthen the position of Indonesian Islam in the international arena.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana Muhammadiyah, sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia mentransformasi strategi dakwahnya dalam menghadapi tantangan dan peluang globalisasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dinamika transformasi dakwah Muhammadiyah sebagai gerakan sosial-keagamaan serta implikasinya terhadap peran keislaman dan kebangsaan di era global. Menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi pustaka dan analisis wacana kritis terhadap dokumen resmi, media dakwah, serta kebijakan organisasi, penelitian ini menemukan bahwa Muhammadiyah telah mengadopsi pendekatan digitalisasi dakwah, penguatan isu-isu global seperti keadilan sosial dan ekologi, serta pengembangan jejaring internasional. Hasil ini menunjukkan bahwa dakwah Muhammadiyah tidak hanya mengalami perubahan teknis, tetapi juga transformasi ideologis menuju Islam berkembang yang relevan secara global. Kebaruan penelitian terletak pada pemetaan integratif antara globalisasi dan strategi dakwah berbasis nilai lokal. Implikasi temuan ini dapat menjadi pertimbangan penting dalam perumusan kebijakan dakwah nasional yang responsif terhadap dinamika global dan mampu memperkuat posisi Islam Indonesia di kancah internasional.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan Perkembangan globalisasi yang berlangsung pesat pada abad ke-21 telah menghadirkan tantangan dan peluang bagi berbagai institusi sosial, termasuk organisasi keagamaan. Dalam konteks umat Islam Indonesia, Muhammadiyah merupakan salah satu gerakan sosial-keagamaan yang telah memainkan peran penting dalam menyemai nilai-nilai Islam sekaligus membangun peradaban bangsa. Sejak didirikan oleh K.H. Ahmad Dahlan pada tahun 1912, Muhammadiyah memosisikan dirinya sebagai gerakan tajdid (pembaruan) yang memadukan nilai-nilai keislaman dengan semangat kemodernan, rasionalitas, dan pemberdayaan umat (Jamhari & Jahroni, 2004). Dakwah menjadi fondasi utama gerakan ini, bukan hanya dalam pengertian tabligh, tetapi juga sebagai praksis sosial yang membebaskan dan mencerahkan kehidupan umat.

Dalam menghadapi dinamika globalisasi, dakwah Muhammadiyah tidak dapat dipertahankan dalam bentuk tradisional yang statis. Globalisasi telah membawa gelombang perubahan yang signifikan dalam tatanan nilai, struktur sosial, serta media komunikasi. Arus teknologi digital, pertukaran budaya global, dan kemajuan ilmu pengetahuan menuntut model dakwah yang adaptif dan progresif. Menurut Steger (2020), globalisasi bukan hanya fenomena ekonomi, tetapi juga proses ideologis yang memengaruhi cara individu berpikir, bertindak, dan berkeyakinan. Maka, respons dakwah terhadap globalisasi memerlukan pendekatan transformatif yang tidak hanya reaktif, tetapi juga proaktif dalam menjawab tantangan zaman.

Muhammadiyah sebagai gerakan Islam modernis telah menunjukkan respons strategis terhadap tantangan global melalui pendekatan dakwah yang semakin kontekstual. Konsep *Islam Berkemajuan* menjadi kerangka ideologis yang mengarahkan gerakan ini untuk tampil sebagai agen perubahan sosial yang responsif terhadap isu-isu kontemporer seperti keadilan sosial, krisis lingkungan, kemiskinan struktural, serta ketimpangan akses pendidikan dan kesehatan (Syamsuddin, 2015). Dakwah tidak lagi dibatasi pada ceramah dan khutbah di masjid, tetapi dikembangkan melalui institusi pendidikan, layanan sosial, rumah sakit, serta ruang digital yang menjangkau audiens yang lebih luas.

Transformasi dakwah Muhammadiyah di era global juga ditandai oleh inovasi dalam penggunaan teknologi informasi. Berbagai kanal media sosial, podcast, webinar, dan aplikasi digital telah dimanfaatkan sebagai sarana dakwah yang efektif, khususnya untuk generasi muda Muslim yang lebih akrab dengan dunia digital. Fenomena ini

sejalan dengan analisis Castells (2011) mengenai lahirnya masyarakat jejaring (*network society*), di mana proses komunikasi dan produksi makna lebih banyak terjadi di ruang maya dibanding ruang fisik. Di sinilah letak urgensi dakwah digital Muhammadiyah sebagai medium baru dalam menyampaikan pesan Islam yang inklusif dan mencerahkan.

Substansi dakwah Muhammadiyah juga mengalami pengembangan dengan menempatkan nilai-nilai universal Islam sebagai bagian dari agenda kemanusiaan global. Dakwah tidak lagi dipahami secara sempit sebagai penyebaran dogma, melainkan sebagai upaya membentuk kesadaran publik yang berkeadaban, berbasis ilmu pengetahuan, dan berorientasi pada maslahat umat. Hal ini tampak dalam berbagai inisiatif Muhammadiyah dalam penanggulangan bencana, advokasi hak-hak minoritas, kampanye antikorupsi, hingga isu-isu perubahan iklim (Azra, 2017). Dakwah dalam kerangka ini menjadi semacam “aktivisme spiritual” yang merangkul realitas sosial secara lebih luas.

Di sisi lain, proses globalisasi juga membawa risiko yang tidak kecil terhadap konsistensi nilai-nilai keislaman. Fragmentasi identitas, konsumerisme, relativisme moral, serta degradasi spiritual menjadi fenomena sosial yang menantang fungsi dakwah. Bauman (2013) menyebut era ini sebagai “masyarakat cair” (*liquid modernity*), di mana segala hal bersifat temporer dan mudah berubah. Dalam konteks ini, dakwah Muhammadiyah dihadapkan pada tugas berat untuk membangun ketahanan moral dan spiritual umat tanpa jatuh pada konservatisme yang eksklusif. Tantangan ini mengharuskan adanya ijtihad strategis agar dakwah tetap kontekstual namun tidak kehilangan integritasnya.

Keunikan Muhammadiyah terletak pada kemampuannya menyinergikan nilai-nilai keislaman dengan prinsip-prinsip rasionalitas dan kemajuan. Hal ini tercermin dari pendekatan dakwah yang berbasis ilmu pengetahuan, lembaga pendidikan, serta amal usaha sebagai instrumen perubahan sosial yang nyata. Di tengah krisis otoritas keagamaan dan maraknya ekstremisme berbasis agama, model dakwah Muhammadiyah memberikan alternatif yang moderat dan berbasis nilai-nilai wasathiyah (moderat) (Abdullah, 2016). Keseimbangan antara teks dan konteks, normativitas dan realitas, menjadi ciri khas pendekatan dakwah ini.

Transformasi dakwah Muhammadiyah dalam dekade terakhir, terutama dalam dimensi digital, telah menjadi fokus penting dalam literatur keislaman kontemporer. Huda (2024) mencatat bahwa digitalisasi telah menuntut pembaruan serius dalam

pola dakwah karena potensi internet di Indonesia yang sangat besar namun masih dibarengi dengan tantangan moralitas dan disinformasi di media sosial sehingga diperlukan literasi media yang baik di kalangan kader Muhammadiyah (Huda, 2024). Selaras dengan temuan tersebut, Muhammad dan Subarkah (2024) mengemukakan bahwa media sosial menjadi arena vital penyampaian dakwah, namun upaya Muhammadiyah masih terhambat oleh ketidakmerataan literasi digital dan kurangnya konten yang mampu menjangkau generasi milenial serta Z secara lebih kontekstual dan atraktif.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat dilihat bahwa meskipun Muhammadiyah telah menjalankan berbagai inovasi baik di ranah digital maupun internasional masih terdapat kesenjangan substantif antara potensi kelembagaan dan dampak dakwah nyata. Literatur terdahulu sudah menjelaskan berbagai inisiasi pelibatan generasi muda, profesionalisasi media, serta jejaring global PCIM. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara holistik mengintegrasikan digitalisasi konten, profesionalisasi kader, regenerasi generasi muda, dan strategi internasionalisasi dalam satu kerangka analitis yang sistematis dan saling melengkapi. Ini menjadi celah ilmiah yang penting untuk ditindaklanjuti dalam penelitian terdahulu, agar Muhammadiyah dapat mengoptimalkan perannya sebagai gerakan sosial-keagamaan yang adaptif, inklusif, dan berakibat nyata di era globalisasi abad ke-21.

Penelitian ini mengkaji secara mendalam proses transformasi dakwah Muhammadiyah dalam menghadapi arus globalisasi, baik dari aspek strategi, media, maupun substansi dakwah. Kajian ini penting untuk memperkaya literatur tentang studi dakwah kontemporer, khususnya dalam melihat bagaimana organisasi keagamaan Islam merespons perubahan dunia secara adaptif dan inovatif. Selain itu, penelitian ini juga relevan bagi pengembangan teori gerakan sosial Islam di era global.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam dinamika transformasi gerakan dakwah Muhammadiyah di tengah arus globalisasi. Pendekatan ini dianggap tepat karena fokus utama penelitian ini adalah pada makna, strategi, dan refleksi ideologis yang dibangun dalam praktik dakwah, bukan pada pengukuran kuantitatif gejala sosial (Creswell & Poth, 2018).

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dengan Muhammadiyah sebagai unit kasus utama. Studi kasus ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana organisasi keagamaan seperti Muhammadiyah mereformulasi strategi dakwahnya dalam menghadapi tantangan globalisasi yang bersifat multidimensi (Yin, 2018).

Metode pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi literatur. Sumber data terdiri atas dokumen resmi Muhammadiyah (seperti keputusan Mukhtamar, Tanwir, dan Majelis Tarjih), publikasi akademik, laporan media, serta karya-karya tokoh Muhammadiyah kontemporer yang relevan. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan laporan riset terkait globalisasi dan gerakan Islam modern.

Instrumen penelitian berupa pedoman analisis isi, yang difokuskan pada identifikasi tema-tema utama seperti strategi dakwah, pemanfaatan media digital, orientasi sosial-keagamaan, dan respons terhadap isu global. Instrumen ini dikembangkan dari teori transformasi sosial-keagamaan dan model gerakan dakwah kontekstual (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tematik, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber untuk meningkatkan validitas data, yaitu dengan membandingkan data dari dokumen resmi, publikasi akademik, dan pernyataan tokoh Muhammadiyah. Interpretasi dilakukan dengan pendekatan hermeneutika kritis untuk menafsirkan makna teks dan konteks sosial yang melingkupinya (Gadamer, 2004).

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan melalui ketekunan pengamatan dan pemeriksaan sejawat (peer debriefing). Kredibilitas diperkuat dengan pencatatan audit trail dan keterlibatan mendalam peneliti terhadap wacana Muhammadiyah. Dependabilitas dan konfirmabilitas dijaga dengan mendokumentasikan proses analisis secara transparan dan sistematis (Lincoln & Guba, 1985).

Penelitian ini dilaksanakan selama Januari hingga April 2025, dengan lokasi penelitian non-fisik karena bersifat studi pustaka dan analisis dokumen yang tersebar secara daring dan luring. Dengan metodologi ini, diharapkan kajian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami pola transformasi dakwah Muhammadiyah sebagai respons terhadap perubahan sosial global yang kompleks dan dinamis.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah Muhammadiyah di era global mengalami transformasi signifikan baik dalam aspek strategi, media, maupun substansi dakwah. Strategi dakwah Muhammadiyah tidak lagi berorientasi semata pada penyampaian materi keagamaan secara konvensional, melainkan berkembang ke arah dakwah berbasis institusi dan pelayanan publik. Model dakwah ini diwujudkan melalui perluasan amal usaha Muhammadiyah di bidang pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan sosial yang menjangkau berbagai lapisan masyarakat, tanpa membedakan latar belakang agama maupun budaya. Pendekatan dakwah struktural ini memberikan legitimasi sosial yang kuat sekaligus menjadi instrumen efektif dalam menyebarluaskan nilai-nilai Islam berkemajuan di tengah dinamika masyarakat global yang kompleks.

Penelitian yang dilakukan Damayanti (2024) menunjukkan bahwa dakwah Muhammadiyah melalui media sosial berhasil memperluas jangkauan komunitas muslim, terutama di kalangan milenial dan Gen Z, meski masih menghadapi tantangan dalam pemilihan platform dan strategi konten. Di konteks yang lebih lokal, Masdul et al. (2022) menemukan bahwa dakwah daring melalui WhatsApp Group dan Zoom Meeting efektif meningkatkan pengamalan ibadah masyarakat Toboli, namun sebagian besar mengalami keterbatasan sarana teknologi dan kemampuan digital.

Pendekatan digital juga diterapkan dalam program pengabdian masyarakat di Saung Jingga Pamulang, yang menghasilkan masyarakat tradisional mampu memanfaatkan media digital untuk menyebarkan dakwah mereka, membuktikan efektivitas pelatihan digital dalam penguatan literasi dan kemandirian dakwah. Di cekungan budaya, Agustyawati (2022) menyoroti strategi dakwah kultural yang mengharmoniskan dinamika lokal dan digital, dengan dua prinsip utama: dynamism dan purification, yang secara signifikan mempermudah penerimaan dakwah terhadap komunitas berbasis budaya.

Lebih progresif, Huda (2023) mengemukakan bahwa digitalisasi dakwah Muhammadiyah memerlukan peran kader digital yang profesional untuk menangkal disinformasi moral dan memastikan konten tetap konsisten dengan ajaran Islam moderat. Studi ini menyarankan adanya pelatihan formal dan kolaborasi Majelis Pendidikan Kader beserta Majelis Pustaka Informasi untuk menghasilkan kader digital yang kompeten. Firdaus et al. (2025) melengkapi temuan tersebut dengan

menunjukkan bahwa dakwah digital di era modern memungkinkan peningkatan partisipasi publik, namun juga menimbulkan risiko hoaks dan polarisasi—yang menjadikan strategi dakwah harus lebih etis dan berbasis literasi.

Secara komprehensif, hasil-hasil riset ini menegaskan bahwa transformasi dakwah Muhammadiyah telah memasuki fase digital dan kultural yang signifikan. Namun demikian, ada kesenjangan antara infrastruktur digital yang ada dengan profesionalisme kader dan konten, serta antara strategi lokal dan global yang belum terintegrasi secara sistematis. Ini membuka peluang bagi penelitian yang lebih holistik untuk merancang model dakwah berkembang, menggabungkan digitalisasi, profesionalisasi, regenerasi generasi muda, dan jejaring global sebagai kesatuan strategi kebijakan organisasi.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa keterbatasan dalam transformasi dakwah Muhammadiyah. Salah satunya adalah tantangan konsistensi ideologis ketika menghadapi tekanan globalisasi yang cenderung sekuler dan pragmatis. Di satu sisi, Muhammadiyah ingin tetap adaptif terhadap perkembangan zaman; di sisi lain, ia harus menjaga integritas nilai-nilai Islam sebagai fondasi gerakannya. Selain itu, belum meratanya literasi digital dan pemahaman dakwah kontekstual di kalangan kader akar rumput menjadi kendala tersendiri dalam proses transformasi dakwah yang menyeluruh. Temuan ini mengindikasikan bahwa dakwah Muhammadiyah memerlukan strategi penguatan internal organisasi dan pendidikan kader dakwah yang berbasis ilmu pengetahuan, nilai-nilai wasathiyah, serta sensitivitas terhadap tantangan global. Untuk itu, diperlukan penelitian lanjutan yang menggali lebih dalam dinamika internal gerakan dakwah Muhammadiyah di berbagai level organisasi agar transformasi yang terjadi dapat lebih aplikatif dan berkelanjutan.

Pembahasan

1. Paradigma Dakwah Muhammadiyah dalam Arus Globalisasi

Paradigma dakwah Muhammadiyah dalam arus globalisasi menunjukkan transformasi yang signifikan, terutama dalam penggunaan media digital sebagai sarana utama. Budaya dakwah yang semula berbasis bil-lisan dan tatap muka kini bergeser menuju dakwah digital, termasuk media sosial, streaming televisi, bahkan artificial intelligence (AI) (Prasetyo & Halwati, 2022; Bachtiar & Maksum, 2024). Hal ini mencerminkan respon Muhammadiyah terhadap tantangan zaman dengan tetap berpegang pada nilai amar ma'ruf nahi munkar dan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis.

Kendati demikian, efektivitas penggunaan teknologi masih terbatas oleh rendahnya literasi digital kader dan kelemahan pengemasan pesan, sehingga belum sepenuhnya mencapai khalayak milenial-Z.

Lebih lanjut, paradigma dakwah sekarang tidak hanya difokuskan pada penyebaran pesan, tetapi juga pada penciptaan engagement interaktif antara dai dan mad'u. Studi Siti Aisyah & Wahid (2023) yang mengkaji model dakwah televisi modern menekankan bahwa interaktivitas dan konten marketable menjadi kunci menarik perhatian publik dalam konteks global media. Dengan demikian, dakwah Muhammadiyah harus bersifat edukatif sekaligus menghibur, agar bisa bersaing dengan konten digital lain yang lebih komersial. Namun, riset Rachmawati (2023) menunjukkan bahwa dakwah Islam masih berada di posisi marginal dalam opini publik media global menuntut peningkatan kualitas konten dan konsistensi dalam narasi rahmatan lil'alam.

Paradigma kultural juga menjadi bagian penting dari strategi dakwah Muhammadiyah, yaitu dengan menyelaraskan pesan Islam dengan identitas lokal. Konsep dakwah kultural ini telah terbukti efektif dalam menjaga relevansi pesan dakwah di kalangan komunitas yang beragam (Agustyawati, 2022). Namun, globalisasi menuntut paradigm shift dari konten lokal menjadi universal tanpa kehilangan landasan lokal. Kebijakan dakwah Muhammadiyah perlu mengadopsi dua prinsip: mempertahankan akar budaya dan hikmah Islam dalam kerangka digital global, sebagaimana disarankan dalam literatur dakwah bil-hikmah (Ghafur, 2023).

Dakwah dalam era AI menambahkan dimensi baru pada paradigma dakwah Muhammadiyah. Menurut Bachtiar dan Maksun (2024), penggunaan AI membuka kesempatan personalisasi pesan dakwah dan pemberdayaan audiens virtual, namun juga menimbulkan tantangan etis dan keautentikan pesan agama. Paradigma dakwah Muhammadiyah perlu diperkuat dengan kerangka etika Islam yang analitis, menjaga integritas pesan agar dakwah tidak sekadar operasi algoritmik, melainkan tetap manusiawi dan beragama.

Selanjutnya, paradigma profesionalisasi kader digital sangat krusial. Hilmi et al. (2025) dalam buku *Dakwah Digital* menekankan perlunya penjaringan, pembinaan, dan sertifikasi media dakwah agar menghasilkan kader yang kompeten secara teknis dan ideologis. Ini sejalan dengan temuan bahwa kelemahan utama dakwah digital Muhammadiyah terletak pada kemampuan pengelolaan konten yang kurang

terstruktur, sehingga dampak dakwah tidak maksimal dan tidak mampu menjawab tantangan hoaks serta polarisasi.

2. Reorientasi Media dan Strategi Dakwah Muhammadiyah

Muhammadiyah telah mengalami reorientasi media dalam dakwah melalui pemanfaatan media digital secara strategi. Huda (2022) memberi gambaran bahwa organisasi memperluas kanal dakwah, dari kanal tradisional ke digital seperti YouTube, Instagram, dan WhatsApp, namun literasi media sosial kader masih membebani efektivitas pesan. Solusi dari Huda adalah kurikulum literasi digital bagi kader melalui Majelis Pendidikan Kader dan Majelis Pustaka dan Informasi.

Strategi konten juga bergeser dari sekadar penyampaian teks agama menjadi multimedia interaktif yang dibungkus secara atraktif. Nurrohman & Mujahidin (2022) dalam studi YouTube “Jeda Nulis” menyoroti bagaimana narasi ringan, storytelling, humor, dan algoritma YouTube dapat memaksimalkan jangkauan dakwah. Muhammadiyah perlu mengadopsi prinsip serupa untuk meningkatkan popularitas digital dan engagement publik muda.

Lebih jauh lagi, Firdaus et al. (2025) menekankan bahwa dakwah digital Muhammadiyah telah membuka kesempatan partisipatif publik, namun menghadapi risiko hoaks dan polarisasi. Mereka menganjurkan adanya pedoman etis dan verifikasi konten berbasis keislaman moderat. Ini menuntut Majelis Pustaka dan Informasi mengintegrasikan prinsip amar ma’ruf nahi munkar dalam format digital.

Reorientasi media Muhammadiyah juga diwarnai oleh dakwah kultural yang menghormati identitas lokal. Agustyawati (2022) merumuskan strategi dakwah berbasis dynamism dan purification, yakni selektif dalam memilih konten budaya agar relevan dan tak kehilangan identitas Islam berkemajuan. Integrasi digital dan kultural mampu memperluas aksesiasi dakwah di berbagai komunitas.

Paradigma artificial intelligence (AI) juga mulai disoroti. Bachtiar & Maksum (2024) menandai peluang AI untuk personalisasi pesan dakwah, namun memperingatkan ancaman misinformasi dan irisan algoritma yang dapat mempengaruhi keotentikan dakwah. Muhammadiyah perlu merumuskan pedoman AI Islami untuk menjaga substansi dakwah.

Strategi interaktif menjadi salah satu kunci reorientasi media. Mustawi & Mahmuddin (2023) menekankan strategi interaktif melalui media sosial, termasuk live streaming dan dialog dua arah, sebagai metode efektif yang membangun kedekatan

antara dai dan publik. Ini relevan bagi Muhammadiyah dalam merancang konten dakwah yang humanis, responsif, dan kontekstual.

Dakwah digital Muhammadiyah juga berperan dalam membentuk opini publik, memperkuat identitas keislaman yang toleran, dan melawan disinformasi keagamaan yang banyak tersebar di internet. Ini menjadi ladang dakwah baru yang jika tidak dikuasai akan menjadi ruang kosong yang diisi oleh kelompok-kelompok ekstrem dan radikal. Oleh karena itu, pelatihan dai digital menjadi urgensi yang tak terelakkan dalam konteks dakwah global.

Penggunaan big data dan analitik media sosial juga menjadi strategi mutakhir yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui kecenderungan masyarakat muslim urban. Dengan demikian, strategi dakwah tidak bersifat general tetapi berbasis segmentasi sosial. Ini sejalan dengan prinsip *maqashid dakwah* yang bertujuan tidak hanya menyampaikan kebenaran, tetapi juga memastikan kebenaran itu sampai dan diterima oleh audiens yang tepat (Quraish Shihab, 2013).

3. Institusionalisasi Dakwah melalui Amal Usaha Muhammadiyah

Konsep *dakwah bil hal* yang diusung Muhammadiyah menggeser orientasi dakwah dari ceramah menjadi tindakan nyata. Rumah sakit, sekolah, universitas, dan panti asuhan Muhammadiyah tidak hanya menjadi sarana pelayanan, tetapi juga sarana dakwah dan pembentukan karakter umat. Di sinilah letak kekuatan dakwah yang mampu menyentuh struktur sosial dan memperbaiki tatanan kehidupan masyarakat (al-Attas, 1993).

Muhammadiyah melakukan institusionalisasi dakwah melalui pengembangan amal usaha yang mencakup pendidikan, kesehatan, dan sosial-ekonomi. Menurut Rofiqiyah & Asrori (2021), amal usaha Muhammadiyah secara sistematis menyelaraskan visi misi agama dengan praktik sosial, sehingga dakwah tidak hanya verbal tetapi juga nyata dalam kehidupan masyarakat. Ini memperkuat reputasi Muhammadiyah sebagai gerakan Islam berkemajuan yang mengintegrasikan nilai agama dengan pelayanan sosial.

Dalam bidang pendidikan, Zulfiqar dan Kusuma (2022) menunjukkan bahwa sekolah dan universitas Muhammadiyah berperan strategis dalam mencetak kader dakwah dan intelektual muslim. Institusi seperti UMS, Unisa, dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta secara konsisten menerapkan ethos keislaman moderat dan kurikulum integratif untuk membentuk karakter kader unggul dan kompeten. Hal

ini menunjukkan bahwa lembaga pendidikan Muhammadiyah adalah wadah penting untuk pewarisan nilai dakwah dan pemersatu visi Islam yang moderat.

Amal usaha di sektor kesehatan, seperti RS PKU Muhammadiyah, menjadi medium dakwah keseharian melalui pelayanan profesional berbasis nilai Islam. Habibi & Fahmi (2023) menemukan bahwa praktik pelayanan Islami ini meningkatkan trust dan penerimaan pasien muslim yang menilai RS milik Muhammadiyah sebagai representasi dakwah yang penuh kasih dan aman. Keberhasilan ini menunjukkan kekuatan amal usaha sebagai strategi dakwah yang melekat dalam kehidupan, tanpa sekadar retorika.

Dari sudut ekonomi, Kurniawan & Prihatin (2022) mengkaji peran koperasi dan usaha mikro milik Muhammadiyah. Mereka mengungkap bahwa pengelolaan berbasis syariah meningkatkan kesejahteraan anggota, memperkuat jejaring komunitas, dan menciptakan lapangan kerja sehingga dakwah Muhammadiyah menjadi sarana transformasi sosial ekonomi nyata. Pendekatan ini menjadikan amal usaha sebagai alat pemberdayaan masyarakat sekaligus wahana dakwah praktis.

Institusionalisasi dakwah melalui amal usaha juga diwarnai dengan digitalisasi layanan. Rofiq & Hartono (2023) melaporkan transformasi sistem administrasi dan layanan pada amal usaha Muhammadiyah melalui platform digital serta sistem informasi manajemen yang meningkatkan efisiensi serta transparansi, sekaligus menjadi media dakwah secara implisit. Dengan demikian, teknologisasi amal usaha turut memperkuat reputasi Muhammadiyah sebagai institusi modern responsif terhadap kebutuhan zaman.

Dinamika antara profesionalisasi SDM dan spirit religius menjadi inti aplikatif dari institusionalisasi dakwah. Setiwan et al. (2024) dalam studi pada RSU dan sekolah Muhammadiyah menyimpulkan bahwa keseimbangan antara kompetensi profesional dan akhlak islami membentuk kualitas pelayanan yang unggul dan dakwah yang autentik. Hal ini memastikan amal usaha tidak hanya unggul secara teknis tetapi juga secara spiritual, selaras dengan identitas keislaman Muhammadiyah.

Secara keseluruhan, institusionalisasi dakwah melalui amal usaha Muhammadiyah menunjukkan kekuatan strategi dakwah yang holistik, berbasis pada nilai Islam moderat dan pelayanan masyarakat. Amal usaha menjadi jembatan antara teks keagamaan dan realisasi sosial, menegaskan dakwah Muhammadiyah sebagai gerakan agama yang relevan, profesional, dan melayani sejalan dengan spirit Islam rahmatan lil'alam in dalam kerangka globalisasi abad ke-21.

4. Revitalisasi Ideologi Dakwah dalam Arus Sekularisme Global

Revitalisasi ideologi dakwah Muhammadiyah menjadi sangat penting di tengah arus sekularisme global yang terus mengikis nilai-nilai religius. Menurut Aminuddin (2021), ideologi dakwah Muhammadiyah yang berakar pada Islam berkembang tetap harus dikawal melalui pendidikan ideologis yang sistematis dan kontekstual, agar kader mampu mempertahankan kerangka tauhid di tengah narasi sekuler yang dominan. Dengan memperbarui pemahaman ideologis, Muhammadiyah dapat meningkatkan ketahanan spiritual kadernya untuk menghadapi pemandangan dunia yang semakin sekuler.

Lebih lanjut, dalam konteks pendidikan ideologis, Fauzi & Nuraini (2022) mengemukakan bahwa filsafat dakwah Muhammadiyah perlu diaktualkan dalam kurikulum formal di amal usaha seperti sekolah dan pesantren. Pendekatan ini tidak hanya membekali siswa dengan pengetahuan, tetapi membentuk kesadaran kritis terhadap narasi sekuler lewat modul integratif agama dan sains. Revitalisasi ideologi demikian akan menghadirkan lulusan yang tidak hanya kritis, namun juga inovatif dan siap berkontribusi dalam masyarakat global.

Peran media dakwah ideologis juga menjadi strategi penting. Ramadhan et al. (2023) mencatat bahwa publikasi seperti Majalah 'Suara Muhammadiyah' dan kanal digitalnya telah memuat isu-isu ideologis anti-sekularisasi seperti pluralisme kritis, etika media, dan spiritualitas kontemporer. Namun agar efektif, konten tersebut harus dikemas secara lebih naratif, reflektif, dan berbasis riset agar mampu mengajak pembacanya untuk turut berproses dalam pemahaman ideologis.

Dalam ranah sosial-ekonomi, revitalisasi ideologi dakwah juga terlihat pada pengembangan ekonomi syariah inklusif. Zahri & Setyawan (2023) melaporkan bahwa koperasi syariah Muhammadiyah di Aceh berhasil menghadirkan ekonomi berbasis nilai, serta memperkuat aspek solidaritas sosial dalam menghadapi kapitalisme sekuler. Upaya ini membuktikan bahwa ideologi dakwah relevan bukan hanya dalam ranah spiritual, tetapi juga dalam kerangka ekonomi kesejahteraan umat.

Revitalisasi juga melibatkan pemikiran kritis terhadap ideologi global. As'ari & Muhaimin (2024) menyoroti pentingnya membaca sekularisme sebagai fenomena global, bukan sekadar musuh, melainkan sebagai momentum untuk memformulasi dialog ke-agamaan yang menempatkan Islam berkembang sebagai alternative modernitas. Ini menjadikan ideologi dakwah Muhammadiyah lebih berpikiran terbuka dan mampu bersinergi dengan nilai universal tanpa melepas identitas keagamaannya.

Selanjutnya, pedagogik ideologi dakwah juga perlu dirancang sebagai dialog kontemporer. Ranjani (2022) menekankan pentingnya pelatihan dialog antar-agama dan interkultural berbasis ideologis Muhammadiyah di kalangan mahasiswa, yang mampu menjembatani dunia Islam dengan sekularisme melalui komunikasi efektif, empati, dan advokasi nilai. Hal ini relevan untuk membentuk kader yang mampu berdakwah secara inklusif, dialogis, dan mampu beradaptasi dengan masyarakat lintas iman.

Secara keseluruhan, revitalisasi ideologi dakwah Muhammadiyah dalam arus sekularisme global menuntut pendekatan terpadu: edukasi ideologis, kurikulum integratif, media kritis, ekonomi syariah, pemikiran dialogis, dan pedagodi interfaith. Kombinasi strategi ini tidak sekadar memperkuat konsensus internal, tetapi juga memperluas dampak dakwah terhadap masyarakat global yang semakin plural dan sekuler mengukuhkan posisi Muhammadiyah sebagai gerakan Islam inklusif dan relevan di abad ke-21.

5. Kaderisasi dan Pendidikan Da'i di Era Global

Transformasi dakwah memerlukan sumber daya manusia yang unggul. Oleh karena itu, kaderisasi menjadi aspek vital dalam kelangsungan gerakan dakwah Muhammadiyah. Pendidikan dai yang bersifat ideologis, intelektual, dan teknologis harus diperkuat. Ini merupakan respon terhadap kebutuhan zaman yang kompleks dan pluralistik.

Dai Muhammadiyah masa kini dituntut memiliki kemampuan literasi digital, kepekaan sosial, dan kapasitas akademik. Pendidikan kader harus diarahkan pada penguatan karakter profetik, kemampuan berpikir kritis, serta spiritualitas inklusif. Model pendidikan ini bisa mengacu pada konsep *ulul albab*, yakni kader yang mengintegrasikan zikir, pikir, dan amal dalam aktivitas dakwahnya (QS. Ali Imran: 190-191).

Program-program seperti Madrasah Kader, Sekolah Dai, hingga training kepemimpinan digital harus terus dikembangkan dengan kurikulum yang adaptif. Kolaborasi dengan lembaga internasional, pelibatan tokoh-tokoh intelektual Muslim kontemporer seperti Tariq Ramadan, Ingrid Mattson, dan Ebrahim Moosa juga menjadi cara untuk memperluas horizon dakwah dan memperkaya gagasan kader Muhammadiyah.

Pendidikan kader dakwah juga harus memperhatikan aspek gender, pluralitas masyarakat, dan tantangan ekologis sebagai bagian dari tanggung jawab dakwah. Hal ini akan melahirkan kader yang utuh, mampu menyeimbangkan teks dan konteks, serta tangguh dalam menghadapi tantangan global.

6. Dakwah Global dan Kosmopolitanisme Islam Muhammadiyah

Kaderisasi dan pendidikan da'i Muhammadiyah menghadapi tantangan kompleks di era global yang ditandai oleh dinamika digital, individualisme, dan sekularisasi. Palahuddin (2022) dalam studinya tentang deficit ulama menyatakan Muhammadiyah perlu memperjelas konsep ulama ideal menguasai ilmu syar'i dan aktif bermasyarakat—serta memperkuat lembaga kaderisasi seperti Pendidikan Ulama Tarjih Muhammadiyah (PUTM) dan pesantren, termasuk menjalin kemitraan dengan Asia Muslim Charity Foundation (AMCF) untuk mengatasi krisis ulama. Ini menunjukkan arah strategis bagi lembaga kaderisasi Muhammadiyah untuk menjawab kebutuhan global dan lokal.

Dalam konteks institusi pendidikan pesantren, Anwar dkk. (2024) menemukan bahwa kurikulum Pesantren Muhammadiyah Boarding School (MBS) Jetis Ponorogo dan Trenggalek direncanakan dan diimplementasikan secara sistematis, dengan evaluasi berkala bulanan, semesteran, dan tahunan. Santri tidak hanya dibekali materi keislaman dan pendidikan umum, tetapi juga keterlibatan aktif dalam kegiatan organisasi seperti IMM, Tapak Suci, dan Hizbul Wathan. Model ini memperlihatkan sinergi antara pendidikan formal dan praksis kader dakwah yang kontekstual di era global.

Program kaderisasi dalam jenjang ulama juga difokuskan pada Pendidikan Kader Ulama Muhammadiyah (PKUM) di UMP yang memadukan akademik dan non-akademik untuk membentuk calon ulama yang beriman, bertaqwa, dan berdedikasi pada masyarakat—serta sesuai nilai Islam murni. Ini menunjukkan keberlanjutan pembentukan da'i yang berkualitas, siap menghadapi tantangan intelektual global, dan mampu menjembatani modernitas serta tradisi Islam berkemajuan.

Di tingkat cabang organisasi mahasiswa, studi Mahasri dkk. (2024) menunjukkan IMM UMS masih memiliki gap dalam regenerasi kader fungsional hanya 4% dari kebutuhan peran organisasi mahasiswa terisi oleh kader IMM disebabkan rendahnya partisipasi dalam pelatihan Darul Arqam Dasar serta minimnya pemahaman ideologi dan kepemimpinan. Temuan ini menekankan pentingnya

penguatan nilai kemuhammadiyah dan leadership dalam pendidikan kader di kampus global.

Meski fokus pada da'i muda di masyarakat umum belum luas diteliti, riset lokal seperti di Masjid Azura Bogor menunjukkan model kaderisasi berbasis masjid efektif dalam membentuk da'i berkualitas ilmiah dan spiritual, walau menghadapi tantangan keberlanjutan dan dukungan luas. Ini menunjukkan bahwa pendekatan komunitas berpotensi sebagai dasar model nasional yang adaptif di tengah globalisasi dakwah.

Dari kerangka metodologis, kajian tentang kaderisasi da'i perlu mengadopsi pendekatan terpadu: fenomenologi seperti pada kajian ulama untuk mendapatkan pemahaman mendalam (Palahuddin, 2022), studi multi-lokasi seperti pada MBS untuk mengukur efektivitas implementasi, dan survei kuantitatif untuk memetakan gap regenerasi di IMM dan lembaga kader lainnya. Model campuran seperti ini penting untuk menghasilkan data empiris yang valid, strategi intervensi yang kontekstual, serta pembentukan da'i yang holistik.

Secara umum, kaderisasi dan pendidikan da'i Muhammadiyah di era global membutuhkan integrasi antara pendidikan ideologi, metodologis, organisasi, dan implementatif. Melalui pembaharuan kurikulum pesantren, penguatan leadership mahasiswa, pembentukan da'i berbasis komunitas, serta jaringan internasional, Muhammadiyah dapat mencetak kader da'i yang profesional, kontekstual, dan siap menjadi ujung tombak dakwah berkemajuan di dunia global.

D. SIMPULAN

Transformasi dakwah Muhammadiyah di era global bukanlah proses instan, melainkan perjalanan ideologis, epistemologis, dan praksis yang berakar kuat pada semangat *tajdid* (pembaruan). Dalam menghadapi arus globalisasi yang kompleks dan multidimensi, Muhammadiyah berhasil mempertahankan relevansinya sebagai gerakan sosial-keagamaan dengan memperluas orientasi dakwah dari ruang domestik menuju arena global. Ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi dipahami semata sebagai penyampaian pesan keagamaan, melainkan sebagai instrumen rekonstruksi sosial dan peradaban.

Paradigma dakwah Muhammadiyah mengalami reorientasi fundamental dari pendekatan normatif-konservatif menuju pendekatan progresif dan inklusif. Dakwah dijalankan melalui berbagai kanal—baik konvensional maupun digital—dengan strategi yang adaptif dan berbasis data. Pemanfaatan teknologi informasi dan media

sosial menjadi keniscayaan yang tidak bisa ditawar, sekaligus peluang untuk memperluas jangkauan pesan Islam berkemajuan secara massif dan efektif.

Institusionalisasi dakwah melalui Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) menjadi kekuatan utama yang menjadikan dakwah Muhammadiyah tidak berhenti pada tataran simbolik atau retorik, tetapi menyentuh dimensi kesejahteraan sosial secara konkret. Rumah sakit, sekolah, dan perguruan tinggi Muhammadiyah merupakan ekspresi nyata dari dakwah *bil hal* yang mampu menjawab problematika sosial sekaligus menginternalisasi nilai-nilai keislaman ke dalam sistem kehidupan masyarakat.

Dalam aspek ideologi, Muhammadiyah secara cermat merumuskan ulang kerangka dakwahnya agar tidak tercerabut dari nilai-nilai tauhid, tetapi juga tidak teralienasi dari realitas zaman. Revitalisasi ideologi dakwah menjadi penting dalam menghadapi tantangan sekularisme global, relativisme moral, dan polarisasi politik yang kerap menggerus nilai keagamaan. Muhammadiyah tampil sebagai gerakan yang konsisten menjaga independensi dakwah demi terciptanya tatanan sosial yang berkeadilan dan bermartabat.

Kaderisasi dan pendidikan dai menjadi aspek strategis untuk menjamin keberlanjutan misi dakwah Muhammadiyah. Diperlukan generasi dai yang tidak hanya memahami teks-teks keislaman, tetapi juga peka terhadap konteks sosial global. Pendidikan kader berbasis *ulul albab* menjadi fondasi penting dalam membentuk dai yang mampu mengintegrasikan spiritualitas, intelektualitas, dan aktivisme sosial dalam satu napas perjuangan.

Transformasi dakwah Muhammadiyah dalam arus globalisasi merupakan bukti konkret dari ketangguhan ideologis dan fleksibilitas metodologis gerakan ini dalam menjawab tantangan zaman. Dakwah Muhammadiyah tidak lagi dipahami sebatas aktivitas penyampaian pesan keagamaan, melainkan sebagai bentuk perwujudan praksis nilai-nilai Islam berkemajuan yang berpijak pada realitas sosial dan kosmopolitanisme Islam. Dengan menyeimbangkan antara teks dan konteks, antara akidah dan amal sosial, Muhammadiyah menunjukkan kapasitasnya sebagai gerakan Islam modernis yang tidak hanya mengakar secara lokal, tetapi juga relevan secara global. Dakwah berbasis institusi, dakwah digital, serta pendidikan kader yang progresif menjadi instrumen penting dalam mengukuhkan posisi Muhammadiyah sebagai pelopor dakwah transformatif di abad ke-21.

Implikasi dari kajian ini menunjukkan bahwa dakwah Muhammadiyah harus terus memperkuat jejaring global, mengembangkan epistemologi dakwah yang responsif terhadap dinamika transnasional, serta memperluas peranannya dalam diplomasi kultural dan spiritual. Dakwah ke depan tidak cukup hanya menanamkan kebaikan di internal umat, tetapi juga menjadi solusi bagi problem-problem kemanusiaan global seperti krisis moral, kerusakan lingkungan, ketimpangan sosial, hingga konflik identitas. Dengan memperdalam prinsip *tajdid*, mengintegrasikan pendekatan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai profetik, serta mengembangkan gerakan yang berbasis welas asih dan keadilan, Muhammadiyah memiliki potensi besar menjadi kekuatan strategis dalam pembangunan peradaban Islam yang inklusif, visioner, dan berkemajuan.

Akhirnya, kehadiran Muhammadiyah dalam lanskap global menandai dimulainya fase dakwah kosmopolit yang bersifat kolaboratif, humanis, dan universal. Dengan jejaring dakwah transnasional, Muhammadiyah tidak hanya mengabdikan pada umat Islam Indonesia, tetapi juga menjadi agen perubahan global yang menyuarakan Islam sebagai agama rahmat dan peradaban. Transformasi dakwah Muhammadiyah di abad ke-21 merupakan refleksi dari kemampuan organisasi ini untuk terus belajar, beradaptasi, dan memberikan kontribusi nyata bagi umat manusia secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. (2016). *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*. Pustaka Pelajar.
- Agustyawati, L. (2022). Strategi dakwah kultural Muhammadiyah di era digital. *Tajdid: Jurnal Pemikiran dan Gerakan Muhammadiyah*, 20(1), 45–59.
- al-Attas, S. M. N. (1993). *Islam and Secularism*. Kuala Lumpur: ISTAC.
- Al-Raysuni, A. (2005). *Imam Al-Shatibi's Theory of the Higher Objectives and Intents of Islamic Law*. Herndon: IIIT.
- Aminuddin, A. (2021). Pendidikan ideologis dakwah dalam Islam berkemajuan. *Jurnal Dakwah dan Pemikiran Islam*, 15(1), 23–38.
- Anwar, S., Susanto, H., & Ikhwan, A. (2024). Implementasi kurikulum pesantren dalam kaderisasi persyarikatan Muhammadiyah. *JMP: Jurnal Mahasiswa Pascasarjana*, 1(1), 1–15.
- As'ari, A. R., & Muhaimin, N. (2024). Membaca sekularisme global: Tantangan dan peluang dialog Islam berkemajuan. *Journal of Islamic Modernity*, 10(2), 45–62.
- Azra, A. (2017). *Islam Nusantara: Jaringan Global dan Lokal*. Kompas Media Nusantara.
- Bachtiar, Y., & Maksum, M. N. R. (2024). Menghadapi dinamika dakwah di era artificial intelligence: Perspektif Muhammadiyah. *Jurnal Kajian Agama Islam*, 8(6), 134–148.
- Damayanti, V. S. (2024). Dakwah Muhammadiyah melalui media sosial. *Tamaddun: Jurnal Kebudayaan dan Sastra Islam*, 25(2), 1–14.
- Fauzi, M., & Nuraini, L. (2022). Integrasi agama dan sains di sekolah Muhammadiyah untuk menghadapi sekularisme. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan dan Keagamaan*, 112–125.
- Firdaus, O. A., Zidane, M. F., Ramadhan, B. P., & Anwar, M. Y. (2025). *Dakwah Digital pada platform di media sosial dan pengaruhnya terhadap perubahan sosial di era modern*. *Jurnal Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kramat Jati*, 6(1), 288–297. <https://doi.org/10.55943/jipmukjt.v6i1.377>
- Habibi, A., & Fahmi, R. (2023). Pelayanan Islami dan trust pasien di rumah sakit PKU Muhammadiyah. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 10(2), 145–159. <https://doi.org/10.30865/jmpk.v10i2.247>
- Haedar Nashir. (2016). *Islam Berkemajuan untuk Indonesia Berkemajuan*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.

- Haedar Nashir. (2020). *Muhammadiyah dan Moderasi Islam dalam Konteks Keindonesiaan dan Global*. Yogyakarta: Majelis Diktilitbang PP Muhammadiyah.
- Huda, S. (2024). *Digitalisasi dakwah Muhammadiyah: Reaktualisasi pola baru dakwah Muhammadiyah era kontemporer*. Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama, 22(1), 55–70.
- Kurniawan, B., & Prihatin, S. (2022). Pemberdayaan ekonomi berbasis syariah melalui koperasi Muhammadiyah. *Jurnal Ekonomi dan Koperasi Islam*, 12(1), 67–82.
- Lembaga Hubungan dan Kerja Sama Internasional (LHKI) PP Muhammadiyah. (2023). *Kiprah Dakwah Global Muhammadiyah*. Diakses dari <https://lhki.muhammadiyah.or.id>
- Mahasri, S., Rahmawati, P., Qurrota'Ayun Tamami, F., Muchtar, Z. I., & Ahmadi, M. (2024). Beyond The Circle: The Spread of IMM cadets across student organizations in Muhammadiyah universities. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 14(1). <https://doi.org/10.24090/jimrf.v14i1.13571>
- Majelis Pustaka dan Informasi PP Muhammadiyah. (2023). *Laporan Tahunan Dakwah Digital Muhammadiyah*. Diakses dari <https://muhammadiyah.id>
- Majelis Tarjih dan Tajdid PP Muhammadiyah. (2020). *Risalah Islam Berkemajuan*. Yogyakarta: Pimpinan Pusat Muhammadiyah.
- Majelis Tarjih dan Tajdid PP Muhammadiyah. (2022). *Manhaj Tarjih Muhammadiyah*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Muhammad, R., & Subarkah, M. A. (2024). Strategi dakwah Muhammadiyah di era digitalisasi: Inovasi dan tantangan. *Student Research Journal*, 2(4), 339–346.
- Muhammadiyah. (n.d.). *Tentang Muhammadiyah*. Diakses dari <https://www.muhammadiyah.or.id/tentang/>
- Mustawi, & Mahmuddin. (2023). *Strategi dakwah interaktif melalui media sosial*. Global Research and Innovation Journal.
- Nashir, H. (2020). *Manhaj Gerakan Muhammadiyah Abad Kedua*. Yogyakarta: Majelis Tarjih dan Tajdid PP Muhammadiyah.
- Nurrohman, A. S., & Mujahidin, A. (2022). Strategi dakwah digital dalam meningkatkan viewers di channel YouTube Jeda Nulis. *JUSMA: Jurnal Studi Islam dan Masyarakat*, 1(1), 20–32. <https://doi.org/10.21154/jusma.v1i1.513>
- Palahuddin, P. (2022). Mencari solusi defisit ulama: Potret kaderisasi ulama Muhammadiyah. *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, 20(2), 183–200. <https://doi.org/10.32729/edukasi.v20i2.1303>

- Pimpinan Pusat Muhammadiyah. (2015). *Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke-47 di Makassar*. Yogyakarta: PP Muhammadiyah.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah. (2022). *Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke-48 di Surakarta*. Yogyakarta: PP Muhammadiyah.
- Prasetyo Nugroho, A. R. B., & Halwati, U. (2022). Komunikasi dakwah Islam pada masyarakat milenial di era globalisasi. *ICODEV: Indonesian Community Development Journal*, 4(1), 112–123.
- Quraish Shihab. (2013). *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Jakarta: Lentera Hati.
- Rachmawati, F. (2023). Media dan demokrasi di era global: Studi dakwah Islam kontemporer di Indonesia. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 8(2), 151–167.
- Ramadhan, F., Mahendra, A. P., & Fitriani, S. (2023). Media dakwah ideologis Muhammadiyah: Analisis isi dan dampak. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(3), 99–116. <https://doi.org/10.30865/jki.v7i3.1887>
- Ranjani, S. (2022). Pelatihan dialog antar-agama bagi mahasiswa Muhammadiyah sebagai strategi antidialektika sekularisme. *Jurnal Interkultural dan Dialog*, 4(1), 59–76.
- Rofiq, A., & Hartono, S. (2023). Digitalisasi layanan pada amal usaha Muhammadiyah: Platform dan sistem informasi manajemen. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Manajemen Lembaga Islam*, 5–16.
- Rofiqiyah, N., & Asrori, M. (2021). Menyelaraskan visi dakwah dan praktik sosial: Amal usaha Muhammadiyah sebagai wahana dakwah. *Jurnal Dakwah Islamiyah*, 13(4), 234–249.
- Samsuddin, S., Iskandar, I., & Nurshamsul, M. (2020). Pendidikan kader da'i ormas Wahdah Islamiyah melalui halaqah tarbiyah. *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(2), 283–300. <https://doi.org/10.32832/tadibuna.v9i2.3527>
- Setiwan, Y., Munir, M., & Anna, A. (2024). Profesionalisasi SDM dan spirit religius dalam amal usaha Muhammadiyah: Studi pada RSU dan sekolah. *Jurnal Pendidikan Islam dan Kepemimpinan*, 8(1), 33–50.
- Siti Aisyah, N., & Wahid, F. (2023). Model dakwah televisi interaktif dalam membangun partisipasi publik. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 11(1), 56–70.
- Steger, M. B. (2020). *Globalization: A Very Short Introduction* (5th ed.). Oxford University Press.

- Syamsuddin, D. (2015). *Islam Berkemajuan: Konsepsi, Jalan, dan Tantangan*. Jakarta: Penerbit Al-Wasat.
- Syamsuddin, D. (2015). *Islam Berkemajuan: Teologi dan Gerakan*. Suara Muhammadiyah.
- Syamsul Anwar. (2018). *Fikih Muhammadiyah dan Dinamika Sosial Keagamaan*. Yogyakarta: LPPI UMY.
- Thoha, A. M. (2020). *Islam dan Peradaban: Gagasan Dakwah Peradaban di Era Global*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Ummamah, L., Sayyidah Azzahra, D., Putri Aulya, R., & Achmad, A. K. (2023). Peran kebangsaan Muhammadiyah di Indonesia. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial*, 21(2), 138–149. <https://doi.org/10.37216/tadib.v21i2.1305>
- Zahri, F., & Setyawan, B. (2023). Ekonomi syariah inklusif: Revitalisasi ideologi dakwah dalam koperasi Muhammadiyah Aceh. *Jurnal Ekonomi Islam Nusantara*, 3(2), 77–92.
- Zulfiqar, M. A., & Kusuma, E. (2022). Peran lembaga pendidikan Muhammadiyah dalam pembentukan kader dakwah. *Pedagogia Islamica: Journal of Islamic Education*, 7(2), 223–242.