

Kodifikasi : Jurnal Penelitian Islam, Vol. 19, No. 1, 2025
DOI : 10.21154/kodifikasia.v19i1.10629
p-ISSN : 1907-6371
e-ISSN : 2527-9254



STRATEGI DAKWAH PIMPINAN DAERAH MUHAMMADIYAH ASAHAN MENGHADAPI TANTANGAN ERA DIGITAL Dahlia Safutri Br. Sitorus*, Ahmad Tamrin Sikumbang**

Abstract

The development of information technology in the digital era has a major impact on various aspects of life, including in the method of delivering da'wah. The Muhammadiyah Regional Leadership (PDM) Asahan as one of the regional level Islamic organizations is required to develop a da'wah strategy that is relevant to the current digital era. This research aims to find out the da'wah strategy of the Muhammadiyah Asahan Regional Leadership in facing the challenges of the digital era. This research is a field research with a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews and observations. Research sources include the Secretary of PDM Asahan and the Head of the Da'wah Section. Muhammadiyah Asahan Regional Leadership. The results of this study indicate that the Da'wah Strategy of the Muhammadiyah Asahan Regional Leadership in facing the challenges of the digital era runs effectively by utilizing social media and digital platforms as a means of spreading da'wah such as the Official Website, the Blog of the Library and Information Assembly (MPI), and Digital Da'wah Training.

Keyword: *Da'wa Strategy, Muhammadiyah, Da'wa in The Digital Age*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi di era digital membawa dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam metode penyampaian dakwah. Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Asahan sebagai salah satu organisasi Islam tingkat daerah diharuskan untuk menyusun strategi dakwah yang relevan dengan era digital sekarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi dakwah Pimpinan

Artikel Info

Received: 10 April 2025

Revised: 18 April 2025

Accepted: 19 April 2025

Published: 22 April 2025

* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, email: dahlia0104213130@uinsu.ac.id

** Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, email: ahmadtamrinsikumbang@uinsu.ac.id

Daerah Muhammadiyah Asahan dalam menghadapi tantangan era digital. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research* dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi. Narasumber penelitian meliputi Sekretaris PDM Asahan dan Ketua Bagian Bidang Dakwah. Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Dakwah Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan menghadapi tantangan era digital berjalan dengan Efektif dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana dalam menyebarkan dakwah seperti Website Resmi, Blog Majelis Pustaka dan Informasi (MPI), dan Pelatihan Dakwah Digital.

Kata Kunci: Strategi Dakwah, Muhammadiyah, Dakwah Di Era Digital

PENDAHULUAN

Era digital memungkinkan segala sesuatu dapat diakses dengan cepat oleh pengguna media sosial. Saat ini, internet telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, menjadikan batasan waktu dan jarak antar masyarakat hampir tidak terasa. Perkembangan teknologi digital juga berdampak pada metode dakwah serta cara penyampaian pesan keagamaan. Jika sebelumnya dakwah lebih sering dilakukan secara langsung melalui majelis taklim, kini dengan hadirnya berbagai platform media sosial, dakwah dapat diakses dengan lebih mudah. Bahkan, materi dakwah dapat diputar ulang kapan saja sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan masyarakat.¹ Oleh karena itu, urgensi kebutuhan dakwah di era digital tidak bisa diabaikan.

Pesatnya perkembangan teknologi dan mudahnya arus informasi juga memberikan dampak buruk bagi masyarakat. Platform digital kerap dimanfaatkan untuk menyebarkan konten yang bertentangan dengan nilai agama dan budaya, seperti kekerasan, terorisme, islamofobia, hingga gaya

¹ Alinda Syarofah et al., "Dakwah Muhammadiyah Di-Era Digital Bagi Kalangan Milenial," *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan* 25, no. 1 (2021): 48–64, <https://doi.org/10.15408/dakwah.v25i1.21774>.

hidup yang menyimpang.² Oleh karena itu, dakwah digital muncul sebagai kebutuhan vital untuk menjaga akidah umat dan membentuk karakter Islami di tengah gempuran konten global. Ini berarti para da'i harus terus berinovasi dalam menyampaikan dakwah mereka agar tetap relevan dan menarik bagi audiensi. Da'i juga harus tahu bagaimana menarik perhatian audiens, mempertahankan keterlibatan mereka, dan membangun komunitas yang aktif dan berinteraksi.³

Dakwah adalah upaya menyampaikan dan mengenalkan ajaran Islam kepada orang lain dengan cara yang baik, benar, dan terstruktur. Tujuan utama dakwah adalah mengajak masyarakat untuk beriman, mengabdikan kepada Allah SWT, serta menjalani kehidupan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dakwah dapat dilakukan oleh siapa saja, baik oleh ulama, pendakwah, maupun umat Islam secara umum. Metode penyampaian dakwah pun beragam, mulai dari ceramah, diskusi, tulisan, hingga pemanfaatan media sosial dan teknologi informasi lainnya.⁴

Strategi merupakan sebuah perencanaan yang mencakup serangkaian langkah yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Secara hakikatnya, strategi melibatkan proses perencanaan (*planning*) dan pengelolaan (*management*) guna mencapai hasil yang diinginkan. Selain itu, strategi juga mencerminkan keterampilan dalam merancang dan mengelola suatu tujuan secara efektif. Strategi dakwah adalah metode, pendekatan, dan taktik yang digunakan dalam aktivitas dakwah, di mana perannya sangat penting dalam mendukung keberhasilan pencapaian tujuan dakwah.⁵

Strategi dakwah dapat didefinisikan sebagai perencanaan yang mencakup serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Strategi merupakan perencanaan tindakan serta proses penyusunan langkah kerja sebelum tahap pelaksanaan. Penyusunan strategi

² Aang Ridwan, "Dakwah Dan Digital Culture: Membangun Komunikasi Dakwah Di Era Digital," *LENTERA: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2022): 74–84.

³ Ibnu Kasir and Syahrol Awali, "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern," *JURNAL AN-NASYR: JURNAL DAKWAH DALAM MATA TINTA* 11, no. 1 (2024): 59–68.

⁴ Lely Agustyawati, "Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah Di Era Digital," *Tajdid: Jurnal Pemikiran Dan Gerakan Muhammadiyah* 20, no. 1 (2022): 31–37.

⁵ Murniaty Sirajudin, "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)," *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* Vol.1, no. No.1 (2014): 11–23.

bertujuan untuk mencapai target yang telah ditetapkan, sehingga setiap keputusan dalam perencanaan strategi selalu diarahkan pada pencapaian tujuan tersebut.⁶

Strategi yang efektif adalah membangun personal branding sebagai seorang da'i era digital. Dengan membentuk citra diri yang positif dan kredibel, seorang da'i dapat menarik perhatian dan kepercayaan dari masyarakat. Hal ini melibatkan konsistensi dalam menyampaikan pesan, interaksi yang baik dengan audiens, serta penyajian konten yang relevan dan menarik. Sebagaimana diungkapkan oleh Latifah, dakwah Era digital menjadi sarana dan media dalam menyampaikan syiar serta visi dan misi dakwah, termasuk dalam menjalankan amar ma'ruf nahi munkar. Dakwah di era ini perlu disebarluaskan ke berbagai kalangan umat Islam maupun masyarakat secara umum. Menurut Asmuni Syukir, strategi dakwah merupakan taktik atau pendekatan yang digunakan dalam aktivitas dakwah, yang harus berlandaskan pada prinsip-prinsip dakwah yang tepat.⁷

Organisasi Islam di era digital menghadapi berbagai tantangan yang kompleks seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi. Salah satu tantangan utama adalah penyebaran informasi yang tidak terverifikasi di internet. Informasi yang tidak akurat atau menyesatkan dapat mempengaruhi pemahaman umat tentang ajaran Islam dan berpotensi memecah belah komunitas Muslim. Oleh karena itu, organisasi Islam perlu meningkatkan literasi digital anggotanya dan memastikan bahwa informasi yang disebarluaskan telah melalui proses verifikasi yang ketat.

Penyebaran informasi yang begitu cepat, namun sering kali tidak akurat, seperti hoaks dan berita palsu, menjadi tantangan besar bagi dakwah Muhammadiyah di era digital saat ini. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi diperlukan untuk memilah serta menyebarkan informasi yang benar. Selain itu, kemajuan teknologi juga membuka akses terhadap berbagai perspektif dan ideologi yang beragam, yang dapat memengaruhi umat Islam, terutama generasi muda. Dalam menghadapi keberagaman pandangan ini, Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan perlu

⁶ Soiman, *Metode Dakwah* (Medan: Perdana Publishing, 2020).

⁷ Nur Latifah, "Strategi Dakwah Islam Di Era Digital," *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 1-20.

menerapkan strategi dakwah yang efektif agar konsep wasathiyah tetap terjaga dari pengaruh informasi yang tidak valid.

Tantangan lainnya adalah perubahan preferensi media di kalangan generasi muda. Generasi muda cenderung memiliki preferensi terhadap media digital yang terus berkembang. Organisasi Islam seperti Muhammadiyah harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini untuk memastikan pesan mereka sampai kepada target audiens secara efektif. Penggunaan media sosial, situs web, dan aplikasi mobile menjadi penting dalam strategi dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.⁸

Untuk menghadapi tantangan ini, Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan perlu terus beradaptasi serta merancang strategi dakwah yang inovatif dan sesuai dengan perkembangan zaman. Kerja sama dengan berbagai pihak, baik dari dalam maupun luar organisasi, juga menjadi faktor penting dalam memperkuat dakwah di era digital. Dengan langkah-langkah tersebut, dakwah Muhammadiyah dapat tetap relevan serta memberikan dampak positif bagi umat Islam dan masyarakat luas di tengah dinamika era digital.⁹

Transformasi digital telah mengubah perspektif terhadap dakwah, membuka peluang baru untuk menyampaikan pesan agama kepada masyarakat secara lebih luas dan terhubung secara global. Namun, dalam peralihan menuju digitalisasi, tidak semua individu memiliki akses maupun pemahaman yang setara terhadap teknologi. Ketimpangan digital antar generasi maupun kelompok sosial menjadi tantangan utama dalam optimalisasi dakwah digital. Kelompok yang kurang memiliki akses atau keterampilan teknologi berisiko tertinggal dalam memperoleh manfaat dari

⁸ Hari Eko Purwanto, "Muhammadiyah Di Era Digital: Jembatan Dakwah Atau Jurang Pemisah Artikel Ini Telah Tayang Di Suaramuhammadiyah.Id Dengan Judul: Muhammadiyah Di Era Digital: Jembatan Dakwah Atau Jurang Pemisah, <https://www.suaramuhammadiyah.id/Read/Muhammadiyah-Di-Era-Dig/>," suara Muhammadiyah, 2024.

⁹ Muh Farhan Ali and Muh. Nur Rochim Maksu, "Tantangan Dakwah Muhammadiyah Di Era Digital," *Tabisyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora* 5, no. 3 (2024): 230–41, <https://doi.org/10.59059/tabisyir.v5i3.1513>.

dakwah berbasis digital, yang pada akhirnya dapat memperburuk kesenjangan dalam pemahaman keagamaan.¹⁰

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu bagaimana strategi dakwah Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan dalam menghadapi tantangan era digital?, sedangkan tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi dakwah Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan dalam menghadapi tantangan era digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang difokuskan pada satu unit analisis, yaitu PDM Asahan. Data dikumpulkan melalui penelitian lapangan (*field research*), dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap kegiatan dan media digital yang digunakan oleh organisasi. Lokasi PDM Asahan dipilih karena kedekatannya dengan peneliti serta karena dinilai memiliki data yang relevan dengan fokus penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam mengenai dinamika strategi dakwah PDM Asahan di tengah tantangan digitalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Asahan

Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan resmi dibentuk pada tahun 1966, menyusul perubahan struktur organisasi yang diputuskan dalam muktamar ke-36 di Bandung pada agustus 1965. Perubahan ini menghapus jabatan ditingkat keresidenan dan menggantinya dengan pembentukan daerah dan pimpinan daerah tingkat kabupaten dan kota madya. Pada saat pembentukannya, wilayah PDM Asahan mencakup Kabupaten Asahan, termasuk wilayah yang kini menjadi kabupaten Batubara, serta kota Madya Tanjung Balai.

¹⁰ Purwanto, "Muhammadiyah Di Era Digital: Jembatan Dakwah Atau Jurang Pemisah Artikel Ini Telah Tayang Di Suaramuhammadiyah.Id Dengan Judul: Muhammadiyah Di Era Digital: Jembatan Dakwah Atau Jurang Pemisah, <https://www.suaramuhammadiyah.id/Read/Muhammadiyah-Di-Era-Dig.>"

Seiring waktu, PDM Asahan mengalami beberapa pemekaran untuk meningkatkan efektifitas dakwah dan administarsi organisasi. Pemekaran pertama terjadi pada 26 Desember 1996 dengan pembentukan Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Madya Tanjung Balai. Langkah ini diambil karena perkembangan dan pertumbuhan cabang-cabang Muhammadiyah di wilayah tersebut.

PDM Asahan juga berperan penting dalam pendirian Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Muhammadiyah Asahan (STIHMA) di Kisaran. Pendirian ini dimulai pada 9 Maret 1989, ketika PDM Asahan-Tanjung Balai periode 1985-1990 menyepakati pembentukan ruang kuliah jarak jauh Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara di Kisaran. Pada 17 Juli 1996, melalui surat keputusan menteri pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 45/D/0/1996, STIHMA resmi berdiri dengan program studi Ilmu Hukum.

Visi dan Misi Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan

Sebagai organisasi keagamaan dan kemasyarakatan, Muhammadiyah Asahan memiliki Visi dan Misi. Misi dari Muhammadiyah, ialah sebagai gerakan Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah serta memiliki karakter Tajdid, senantiasa konsisten dan aktif dalam menjalankan dakwah Islam melalui Amar Ma'ruf Nahi Munkar di berbagai aspek kehidupan. Upaya ini dilakukan untuk mewujudkan Islam sebagai *Rahmatan lil 'Alamin* dan membangun masyarakat Islam yang sejati.

Sementara itu misi Pimpinan Daerah Muhammadiyah ialah (1) Menegakkan keyakinan tauhid yang murni sesuai dengan ajaran Allah SWT, yang dibawa oleh para Nabi/Rasul sejak Nabi Adam AS hingga Nabi Muhammad SAW; (2) Memahami Agama Islam dengan menggunakan akal pikiran sesuai dengan jiwa ajaran Islam; (3) Menyebarluaskan ajaran Islam yang bersumber kepada Al-Qur'an sebagai kitab Allah SWT terakhir dan Sunnah Rasul untuk pedoman hidup umat manusia; (4) Mewujudkan amalan-amalan islam dalam kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat.¹¹

¹¹ Muhammad Saufi Ginting, 'Sejarah Muhammadiyah Asahan (Bagian 2', *Bloggersumut.Net*, 2012, P. 2 <<https://Blognyaalul.Blogspot.Com/2012/01/Sejarah-Muhammadiyah-Asahan-Bagian-2.Html>> [Accessed 19 January 1bc].

Strategi Dakwah Yang Digunakan Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan dalam Menyebarkan Dakwah Era Digital

Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Asahan telah melakukan berbagai macam strategi dakwah dalam menghadapi era digital untuk memperluas jangkauan dan efektifitas dakwah dalam menyebarkan ajaran Islam. Berikut beberapa strategi dakwah yang dilakukan Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan menhadapai era digital:

Pelatihan dan Pengkaderan Mubaligh

Pada september 2024, PDM Asahan mengadakan pelatihan bagi para mubaligh dan mubalighat dengan tema *"Meningkatkan Kualitas Dan Kuantitas Mubaligh/Mubalighat Yang Mencerahkan Pada Era Digital Dalam Memperkuat Umat Yang Berkemajuan"*. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali para pendakwah dengan keterampilan teknologi era digital dalam menyampaikan pesan islam, sehingga dakwah dapat lebih adaptif dan relevan ditengah perkembangan zaman. Strategi ini menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dibandingkan kajian-kajian terdahulu. Dalam beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Firdaus,¹² pelatihan mubaligh disebut sebagai strategi efektif dalam meneruskan perjuangan dakwah Muhammadiyah. Firdaus mengemukakan bahwa pendekatan pelatihan dapat dilakukan melalui beberapa model, yaitu model pendidikan dan pengetahuan, model pendampingan, serta model praktik dan presentasi dakwah untuk mengasah keterampilan para peserta secara langsung. Namun, penelitian tersebut belum secara khusus memperhatikan pelatihan mubaligh dalam konteks dakwah digital, seperti yang dilakukan PDM Asahan.

Penguatan Ideologi Melalui *Baitul Arqam*

Pada januari 2025, PDM Asahan menyelenggarakan kegiatan *Baitul Arqam* yang berfokus pada penguatan ideologi Muhammadiyah dan startegi dakwah kontemporer. Kegiatan ini dirancang untuk memperdalam pemhaman kader terhadap nilai-nilai perjuangan Muhammadiyah dan

¹² Firdaus, "Pelatihan Muballigh Dakwah Di Pimpinan Cabang Muhammadiyah Sokaraja," *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, No. 1 (March 2023): 29–34.

meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantang dakwah di era digital.

Memanfaatkan Media Sosial Dan Platform Digital

Menyadari pentingnya media sosial, PDM Asahan mendorong penggunaan media sosial seperti blog, dan platform digital lainnya sebagai sarana dalam berdakwah. Adapun kegiatan rutin ceramah atau dakwah di media sosial diupload ketika setaip saat mereka melakukan kegiatan tersebut. Temuan ini menunjukkan adanya adaptasi terhadap perkembangan zaman, sekaligus selaras dengan hasil penelitian Amin.¹³ yang menyoroti peran *Baitul Arqam* sebagai salah satu strategi penguatan dakwah dan pengkaderan di lingkungan Muhammadiyah. Dalam penelitian tersebut, kegiatan *Baitul Arqam* berperan penting dalam meningkatkan pemahaman keagamaan dan memperkuat ideologi Muhammadiyah di kalangan kader. Proses pengkaderan ini juga ditujukan agar para kader mampu mencerminkan nilai-nilai gerakan Muhammadiyah dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dapat menjadi teladan bagi masyarakat sekitar. Namun, penelitian Amin belum secara khusus membahas Baitul Arqam sebagai bagian dari strategi dakwah digital di era saat ini. Ini berbeda dengan hasil PDM Asahan, yang sudah mengintegrasikan kegiatan dakwah ke dalam ruang digital.

Kolaborasi dengan Media Lokal

PDM Asahan juga melakukan kolaborasi dengan media lokal seperti Asahansatu.co.id untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dan informasi kegiatan-kegiatan islami.¹⁴

Pengajian Rutin Berkala Setiap 4 Bulan Sekali

Pengajian rutin berkala Muhammadiyah merupakan kajian rutin yang diselenggarakan oleh berbagai tingkat kepemimpinan Muhammadiyah, mulai dari pusat, wilayah, daerah, cabang, hingga ranting.

¹³ Muliaty Amin, Abd, Hamzah Andi, and Humaerah, "Strategi Dakwah Muhammadiyah Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama," *Jurnal Mercusuar* 2 (January 2021): 93-100.

¹⁴ Budi Santoso, 'Pesan Dakwah Islam Dalam Media Asahansatu.Co.Id' (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman keislaman, memperkuat akidah, serta membangun kesadaran sosial dan kebangsaan bagi warga Muhammadiyah dan masyarakat umum

Melalui berbagai macam strategi dakwah tersebut, PDM Asahan berkomitmen untuk terus mengembangkan strategi dakwah yang efektif dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperkuat peran Muhammadiyah dalam menyebarkan ajaran islam. Sejalan dengan itu, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi dakwah Muhammadiyah terus berkembang mengikuti tuntutan zaman. Penelitian Istikomah mengungkap bahwa FKMMS menerapkan strategi dakwah berbasis analisis SWOT yang mencakup pembinaan ideologi, pemanfaatan teknologi informasi, serta pembentukan jaringan dakwah regional.¹⁵ Sementara itu, penelitian Agustyawati menyoroti bagaimana Muhammadiyah menghadapi era milenial melalui penguatan amal usaha pendidikan, peran keluarga dalam dakwah, serta pemanfaatan media sosial untuk menyampaikan nilai-nilai Islam yang berkemajuan.¹⁶ Adapun penelitian Ariska menunjukkan bentuk konkret dakwah digital melalui program Gerakan Subuh Mengaji yang disiarkan langsung melalui platform seperti YouTube dan Zoom.¹⁷ Strategi ini memperluas jangkauan dakwah Muhammadiyah secara lebih efisien.

Namun, ketiga penelitian tersebut tidak secara khusus memperhatikan pelatihan mubaligh berbasis digital, penguatan ideologi melalui Baitul Arqam dalam dunia modern, atau kerja sama dengan media lokal seperti yang dilakukan PDM Asahan. Akibatnya, temuan ini memberikan kontribusi baru ke diskusi tentang strategi dakwah Muhammadiyah di era komputer dan internet.

¹⁵ Istikomah Istikomah, Dzulfikar Akbar Romadlon, and Budi Hariyanto, "Strategi Dakwah Muhammadiyah Melalui FKMMS (Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo)," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 14, no. 1 (July 28, 2020): 111–24, <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3341>.

¹⁶ Lely Agustyawati et al., "Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah Di Era Digital," *Tajdid* 20, no. 01 (June 2022): 31–37.

¹⁷ Putri Ariska and Intan Rosmala Dewi, "Gerakan Subuh Mengaji Muhammadiyah Sebagai Salah Satu Strategi Dakwah Digital Di Era Milenial," *Masterpiece: Journal of Islamic Studies and Social Sciences* 3, no. 1 (January 8, 2025): 225–33, <https://doi.org/10.62083/941jks72>.

Bentuk Media Digital Yang Digunakan PDM Asahan Dalam Menyebarkan Dakwah

Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Asahan telah menggunakan berbagai macam bentuk media digital dalam menyebarkan dakwah islam, beberapa media digital yang digunakan PDM Asahan dalam berdakwah yaitu:

Website Resmi

PDM Asahan memiliki situs web resmi yang berfungsi sebagai pusat informasi kegiatan dan program dakwah. Melalui situs web ini, PDM Asahan dapat membagikan berita, artikel keislaman, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan kegiatan dakwah. Situs web ini adalah bukti nyata bahwa dakwah telah meluas ke lingkungan digital selain secara lisan atau tatap muka.

Blog Majelis Pustaka dan Informasi (MPI)

MPI Muhammadiyah Asahan mengelola blog berisi berbagai kegiatan dakwah, pelatihan, dan informasi penting lainnya. Blog ini menjadi sarana mendokumentasikan aktivitas serta menyebarkan informasi kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan temuan Alviendra, yang menyatakan bahwa Majelis Pustaka dan Informasi (MPI) di berbagai daerah mengelola situs web yang berperan sebagai pusat data dakwah digital.¹⁸ Situs-situs ini disusun dalam sistem subdomain yang saling terhubung antara PWM, PDM, ortom, amal usaha, hingga lembaga otonom lainnya, membentuk ekosistem digital yang menyatu namun tetap mandiri.

Pelatihan Dakwah Digital

PDM Asahan aktif mengadakan pelatihan bagi para mubaligh dan mubalighat untuk meningkatkan kemampuan berdakwah di era digital.

¹⁸ Alviendra Alviendra, Chintia Maria Nur Faddillah, and Andhita Risiko Faristiana, "Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah Dalam Perspektif Pemanfaatan Media Massa Pada Era Globalisasi Di Kabupaten Pacitan," *Tabisyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora* 4, no. 3 (June 12, 2023): 01-13, <https://doi.org/10.59059/tabisyir.v4i3.135>.

Pelatihan ini bertujuan agar para da'i dapat memanfaatkan teknologi dan media digital secara baik dalam menyampaikan pesan-pesan Islam.

PDM Asahan menggunakan media digital untuk menunjukkan pola dakwah Muhammadiyah secara nasional yang proaktif dalam menghadapi era teknologi. Saputro menegaskan bahwa Muhammadiyah telah lama menunjukkan potensi besar dalam mengadaptasi teknologi informasi untuk dakwah.¹⁹ Salah satu buktinya adalah transformasi media dakwah klasik seperti *Suara Muhammadiyah*, yang pertama kali terbit pada 1915, kini memiliki berbagai turunan digital seperti *fatwatarjih.or.id*, *muhammadiyah.or.id*, serta platform lainnya yang mengedepankan pemberitaan berbasis konfirmasi dan hiburan web. Oleh karena itu, PDM Asahan menggunakan media digital sebagai bagian dari gerakan dakwah Muhammadiyah yang lebih besar.

Tantangan Serta Solusi Yang Digunakan Pimpinan Daerah Muhammadiyah Asahan dalam Menyebarkan Dakwah Era Digital

Era digital, Pimpinan Daerah Muhammadiyah menghadapi berbagai macam tantangan dalam menyebarkan strategi dakwah. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya literasi digital di kalangan pengurus dan masyarakat. Tidak semua pimpinan dan dai Muhammadiyah memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi secara efektif. Akibatnya, penyebaran dakwah melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya menjadi kurang optimal.

Tantangan lainnya adalah rendahnya keterlibatan generasi muda dalam strategi dakwah digital. Banyak anak muda yang aktif di dunia digital, tetapi tidak semua tertarik dengan konten dakwah yang disajikan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam menyampaikan pesan, sehingga dakwah terasa monoton dan kurang relevan dengan kehidupan mereka. Jika tidak diatasi, hal ini dapat membuat generasi muda lebih mudah terpengaruh oleh pemahaman agama yang tidak moderat atau bahkan menjauh dari nilai-nilai Islam.

¹⁹ Fathan Faris Saputro, Sholihul Huda, and Fitriyah, "Digitalisasi Dakwah Muhammadiyah: Reaktulisasi Pola Baru Dakwah Muhammadiyah Era Kontemporer," *Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama* 9, no. 1 (2023): 15-26, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Ah>.

Untuk mengatasi tantangan ini, Muhammadiyah perlu meningkatkan literasi digital bagi para pengurus dan dai. Pelatihan dan workshop tentang penggunaan media sosial, pembuatan konten dakwah yang menarik, serta strategi komunikasi digital dapat membantu mereka dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Dengan penguasaan teknologi yang baik, dakwah dapat menjangkau lebih banyak orang secara lebih luas dan efisien.

Selain itu, Muhammadiyah dapat membangun tim media digital yang khusus mengelola konten dakwah di berbagai platform. Tim ini dapat bekerja untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan selalu akurat, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kolaborasi dengan influencer Muslim dan tokoh muda yang memiliki pengaruh di dunia digital juga dapat menjadi solusi untuk menarik perhatian generasi muda terhadap dakwah Muhammadiyah.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Asahan telah berupaya mengatur strategi dakwah yang adaptif di era digital, di antaranya melalui pelatihan mubaligh berbasis teknologi, penguatan ideologi lewat Baitul Arqam, pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan media lokal, serta pengajian berkala. Strategi ini juga didukung dengan media digital yang digunakan oleh PDM Asahan yang meliputi website resmi, blog majelis pustaka dan informasi, dan pelatihan dakwah digital.

Namun, terdapat tantangan juga di lapangan, seperti kurangnya literasi digital di kalangan pengurus dan masyarakat. Tidak semua pimpinan dan dai Muhammadiyah memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi secara efektif. Akibatnya, penyebaran dakwah melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya menjadi kurang optimal. Tantangan lainnya adalah rendahnya keterlibatan generasi muda dalam strategi dakwah digital. Banyak anak muda yang aktif di dunia digital, tetapi tidak semua tertarik dengan konten dakwah yang disajikan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam menyampaikan pesan, sehingga dakwah terasa monoton dan kurang relevan dengan kehidupan mereka.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk studi serupa di masa mendatang. Khususnya, penelitian ini akan berfokus pada peran generasi muda Muhammadiyah dalam dakwah digital, mengevaluasi seberapa efektif platform digital yang digunakan, dan membandingkan strategi dakwah di berbagai daerah.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustyawati, Lely. "Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah Di Era Digital." *Tajdid: Jurnal Pemikiran Dan Gerakan Muhammadiyah* 20, no. 1 (2022): 31-37.
- Agustyawati, Lely, Windi Nur Azizah, M. Rakha K.D, Salsa Bella Fitri A S, and Lulu Amira Zulfa. "Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah Di Era Digital." *Tajdid* 20, no. 01 (June 2022): 31-37.
- Alviendra Alviendra, Chintia Maria Nur Faddillah, and Andhita Risko Faristiana. "Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah Dalam Perspektif Pemanfaatan Media Massa Pada Era Globalisasi Di Kabupaten Pacitan." *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora* 4, no. 3 (June 12, 2023): 01-13. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v4i3.135>.
- Amin, Muliaty, Abd, Hamzah Andi, and Humaerah. "Strategi Dakwah Muhammadiyah Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama." *Jurnal Mercusuar* 2 (January 2021): 93-100.
- Ardiansyah, Risnita, and M. Syahrani Jailani. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif." *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 1-9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.
- Firdaus. "Pelatihan Muballigh Dakwah Di Pimpinan Cabang Muhammadiyah Sokaraja." *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 1 (March 2023): 29-34.
- Ginting, Muhammad Saufi. "Sejarah Muhammadiyah Asahan (Bagian 2)." bloggersumut.net, 2012.
- Istikomah, Istikomah, Dzulfikar Akbar Romadlon, and Budi Hariyanto. "Strategi Dakwah Muhammadiyah Melalui FKMMS (Forum

- Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo)." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 14, no. 1 (July 28, 2020): 111–24. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3341>.
- Kasir, Ibnu, and Syahrol Awali. "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern." *JURNAL AN-NASYR: JURNAL DAKWAH DALAM MATA TINTA* 11, no. 1 (2024): 59–68.
- Latifah, Nur. "Strategi Dakwah Islam Di Era Digital." *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 1–20.
- Muh Farhan Ali, and Muh. Nur Rochim Maksum. "Tantangan Dakwah Muhammadiyah Di Era Digital." *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora* 5, no. 3 (2024): 230–41. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v5i3.1513>.
- Purwanto, Hari Eko. "Muhammadiyah Di Era Digital: Jembatan Dakwah Atau Jurang Pemisah Artikel Ini Telah Tayang Di Suaramuhammadiyah.Id Dengan Judul: Muhammadiyah Di Era Digital: Jembatan Dakwah Atau Jurang Pemisah, <https://www.suaramuhammadiyah.id/read/muhammadiyah-di-era-dig>." suara Muhammdiyah, 2024.
- Putri Ariska, and Intan Rosmala Dewi. "Gerakan Subuh Mengaji Muhammadiyah Sebagai Salah Satu Strategi Dakwah Digital Di Era Milenial." *Masterpiece: Journal of Islamic Studies and Social Sciences* 3, no. 1 (January 8, 2025): 225–33. <https://doi.org/10.62083/941jks72>.
- Ridwan, Aang. "Dakwah Dan Digital Culture: Membangun Komunikasi Dakwah Di Era Digital." *LENTERA: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2022): 74–84.
- Santoso, Budi. "Pesan Dakwah Islam Dalam Media Asahansatu.Co.Id." Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.
- Saputro, Fathan Faris, Sholihul Huda, and Fitriyah. "Digitalisasi Dakwah Muhammadiyah: Reaktulisasi Pola Baru Dakwah Muhammadiyah Era Kontemporer." *Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama* 9, no. 1 (2023): 15–26. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Ah>.

Sirajudin, Murniaty. "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)." *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* Vol.1, no. No.1 (2014): 11-23.

Soiman. *Metode Dakwah*. medan: Perdana Publishing, 2020.

Sugiono. *Metode Penelitian KUalitatif Dan Kuantatif*. bandung: Alfabeta, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan ke-19. Bandung: Alfabeta, 2016.

Syarofah, Alinda, Yazida Ichsan, Pathur Rahman, Hening Kusumaningrum, and Siti Nafiah. "Dakwah Muhammadiyah Di-Era Digital Bagi Kalangan Milenial." *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan* 25, no. 1 (2021): 48-64. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v25i1.21774>.