

Dakwah Kultural Muhammadiyah dalam Menghadapi Generasi Digital Native

Ahmad Faroch Alfarizi

Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia
ahmadfaroch20@gmail.com

ABSTRACT

Cultural da'wah is one of the priority programs of the Muhammadiyah Central Leadership for the 2022-2027 period. A da'wah approach known as "cultural da'wah" combines the principles of Islam with the local culture or culture of the community where Islamic teachings are practiced. This method of da'wah recognizes the importance of cultural context in conveying religious teachings. Cultural da'wah is applied for the sake of da'wah effectiveness, da'wah peace, risk reduction, and expansion of the congregation. The target of Muhammadiyah's cultural da'wah is certainly not only the top structural leaders, but also the grassroots. The focus of this research is that the digital native generation, which is very adaptive to technology, really needs a touch by Muhammadiyah's cultural da'wah. Therefore, this research aims to reveal the journey of Muhammadiyah's cultural da'wah and how the role and touch of Muhammadiyah's cultural da'wah to digital natives who are very massively operating on social media. This research uses a library research method by collecting information relevant to Muhammadiyah cultural da'wah and digital natives. The information or data is collected through books and articles relevant to the research theme. The results of this study explain that Muhammadiyah through its cultural da'wah remains purifying, but does not close its eyes to art and culture as a means of da'wah. In addition to appreciating art and culture, Muhammadiyah also optimizes da'wah through social media in order to touch the digital native generation. This is evidenced by the content presented adjusting and relevant to the needs of digital natives. To achieve success, Muhammadiyah's cultural da'wah to digital natives leaves a mission to create young Muhammadiyah preachers, so that it can realize cultural da'wah through digital natives for other digital natives.

Keywords: *Cultural Da'wah; Muhammadiyah; Digital Native.*

ABSTRAK

Dakwah kultural adalah salah satu program prioritas dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah perodesasi 2022-2027. Sebuah pendekatan dakwah yang dikenal sebagai "dakwah kultural" menggabungkan prinsip-prinsip Islam dengan kultur atau budaya lokal masyarakat di mana ajaran Islam dipraktikkan. Metode dakwah ini mengakui betapa pentingnya konteks budaya dalam menyampaikan ajaran agama. Dakwah secara kultural diaplikasikan demi efektivitas dakwah, kedamaian dakwah, pengurangan resiko, dan perluasan jama'ah. Sasaran dakwah kultural Muhammadiyah tentunya bukan hanya pimpinan struktural teratas saja, melainkan hingga ke akar rumput. Hal yang menjadi fokus penelitian ini adalah generasi digital native yang sangat adaptif terhadap teknologi, sangat memerlukan adanya sentuhan oleh dakwah kultural Muhammadiyah. Maka dari itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengungkap perjalanan dakwah kultural Muhammadiyah serta bagaimana peran dan sentuhan dakwah kultural Muhammadiyah kepada digital native yang sangat masif beroperasi di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*) dengan menghimpun informasi yang relevan dengan dakwah kultural Muhammadiyah dan digital native. Informasi atau data tersebut

dikumpulkan melalui buku-buku dan artikel-artikel yang relevan dengan tema penelitian. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Muhammadiyah melalui dakwah kulturalnya tetap bersifat purifikasi, akan tetapi tidak menutup mata terhadap seni dan budaya sebagai sarana dakwah. Selain mengapresiasi seni dan budaya, Muhammadiyah juga mengoptimalkan dakwah melalui media sosial agar dapat menyentuh generasi digital native. Dibuktikan dengan konten-konten yang disajikan menyesuaikan dan relevan dengan kebutuhan digital native. Untuk mencapai keberhasilan, dakwah kultural Muhammadiyah terhadap digital native menyisakan misi untuk menciptakan dai-dai muda Muhammadiyah, hingga bisa mewujudkan dakwah kultural melalui digital native untuk digital native lainnya.

Kata Kunci: Dakwah Kultural, Muhammadiyah, Digital Native.

PENDAHULUAN

Digital native adalah generasi yang identik terhadap pengelolaan teknologi canggih saat ini, karena mereka lahir disaat teknologi eksis dan berkembang. Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dengan teknologi internet yang canggih. Tiga kepribadian utama generasi ini disebut sebagai 3C, yang merupakan singkatan dari creative, connected, dan confident. Mereka memiliki kekuatan untuk mengubah budaya manusia kontemporer secara drastis. Menurut Fitri dan Fauzi, Penggunaan internet yang luas, tingkat intensitas yang tinggi dalam menggunakannya, penggunaan berbagai perangkat berteknologi mutakhir, dan perkembangan gaya hidup modern, memiliki kekuatan untuk mengubah dan menciptakan budaya baru dan semuanya saling terinterkoneksi (Handayani & Fauzi, 2023).

Di Indonesia, karakter creative, connected, dan confidence yang melekat pada digital native, justru berbanding terbalik dengan pemaparan survei yang dilakukan pada tahun 2021 oleh United Nations International Children's Educational Fund (UNICEF). Sebanyak 45% anak muda Indonesia yang berusia antara 14 hingga 24 tahun pernah menjadi korban perundungan online atau cyberbullying. Secara khusus, 41% responden membagikan gambar atau video tanpa izin, 45% melaporkan pelecehan melalui aplikasi perpesanan, dan sisanya melaporkan berbagai jenis perundungan siber (Samodra et al., 2023). Inilah yang dimaksud oleh Abd. Rahman dan Mifda Hilmiyah bahwa relitas yang sebenarnya dalam kehidupan sehari-hari, berbeda dengan media online yang dapat membuat individu percaya pada realitas yang digambarkan (Rahman & Hilmiyah, 2024). Hal tersebut akhirnya mengakibatkan disinterkoneksi antara artikulasi digital native dan realita yang terjadi.

Bagi digital native, kemajuan teknologi dapat mendorong mereka maju atau mundur. Di satu sisi, hal ini dapat mendukung kemajuan negara di berbagai bidang. Di sisi lain, jika teknologi tidak digunakan dengan baik, maka dapat berpotensi menimbulkan dampak yang merugikan. Salah satu contoh produk teknologi adalah materi video. Saat ini banyak sekali konten-konten viral yang memprovokasi paradigma diskriminatif, intoleran, eksklusif, dan bahkan provokasi yang bersifat eksplosif dan ekstremis (Sholihin et al., 2024). Karena teknologi merasuk ke dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari digital native, mereka mudah terpengaruh oleh pergeseran budaya dan peristiwa terkini, yang bahkan dapat mengubah perilaku dan proses berpikir seseorang secara mendalam.

Menurut laporan dari We Are Social, sebuah badan/lembaga yang melakukan survei terhadap penggunaan internet dan media sosial, menyatakan bahwa 175,4 juta orang Indonesia telah menggunakan internet pada tahun 2020. Generasi digital native, atau generasi yang lahir dan dibesarkan dengan kemajuan teknologi, merupakan mayoritas penggunaannya (Syarofah et al., 2021). Dan yang terbaru, menurut survei penetrasi internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, tingkat penetrasi internet di Indonesia adalah 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4% (Arif, 2024). Ini membuktikan bahwa generasi digital native menjadi komponen yang paling berpengaruh akan kenaikan penetrasi pengguna internet dan media sosial. Hal itu juga menjadikan generasi digital native menjadi sasaran dakwah yang harus diprioritaskan, sebab mereka banyak beroperasi melalui media digital.

Muhammadiyah sebagai organisasi Islam yang hari ini berdakwah dari segala lini tentu memperhatikan dengan seksama fenomena ini. Ada delapan program prioritas Muhammadiyah yang dideklarasikan oleh Haedar Nashir selaku Ketua Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2022-2027. Dua diantaranya adalah misi yang berupaya untuk menyentuh digital native. Pertama, memperkuat dan memperluas basis umat di tingkat akar rumput dalam kesatuan gerakan jamaah dan dakwah jamaah, dakwah kultural, dan dakwah komunitas agar kehadiran dan peran Muhammadiyah semakin kuat dan menyeluruh. Kemudian, dalam rangka menanamkan prinsip-prinsip agama, moral, dan etika serta orientasi sosial dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan berkemanusiaan universal yang berbudaya luhur, diupayakan

dengan cara mengintensifkan dan memperluas dakwah di kalangan generasi milenial (generasi Y), generasi Z, dan generasi alfa (Sholihin et al., 2024).

Terdapat beberapa kajian terdahulu mengenai dakwah Muhammadiyah dan digital native, seperti artikel oleh Fathan, Sholihul, dan Fitriyah. Hasilnya menjelaskan bahwa Berdakwah menjadi lebih sulit, pertama karena masalah sosial budaya dan politik, dan kemudian karena penyimpangan moral (morality error) dalam bermedia sosial (Saputro et al., 2023). Kemudian, artikel yang ditulis oleh Indra dan Milana yang mengutarakan hal serupa, bahwa resistensi budaya lokal dan kesenjangan digital menjadi tantangan dakwah Muhammadiyah saat ini (Maulana & Subarkah, 2024). Serta artikel yang ditulis oleh M. Fahmi Ashari, Muhammad Khalil Dova, dan Canra Krisna Jaya, yang menyimpulkan bahwa meskipun agama dan budaya saling berkaitan erat, namun dalam konteks dakwah keduanya memiliki batasan, yaitu budaya tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam (Ashari et al., 2022).

Berdasarkan riset-riset tersebut, terdapat beberapa perbedaan yang cukup signifikan. Riset Fathan Faris Saputro, Sholihul Huda, dan Fitriyah menjelaskan terkait pola dakwah Muhammadiyah menghadapi morality error yang terjadi dalam bermedia sosial, namun tidak membatasi subjek pada penelitiannya, Sedangkan dalam penelitian ini, dakwah kultural sebagai pola dakwah Muhammadiyah lebih spesifik mengarah pada generasi digital native. Riset kedua oleh Indra Maulana dan Milana Abdillah Subarkah menggunakan metode kualitatif eksploratif dan mengidentifikasinya dengan thematic analysis, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan yang dimulai dengan menyajikan landasan historis dakwah kultural Muhammadiyah. Dan riset terakhir oleh M. Fahmi Ashari, Muhammad Khalil Dova, dan Canra Krisna Jaya yang menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara, observasi, dan studi dokumen, namun tidak menunjukkan hasil wawancara dan observasi apapun, bahkan tidak disertai subjek. Maka dari itu, penelitian ini hendak mengkaji salah satu program prioritas Muhammadiyah, yaitu dakwah kultural. Dalam hal ini juga bagaimana bentuk dakwah kultural Muhammadiyah dapat menyentuh digital native yang banyak beroperasi melalui media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan, yang mencakup sejumlah tugas yang berkaitan dengan teknik pengumpulan data kepustakaan, serta mengolah data dari berbagai sumber yang digunakan. Pada dasarnya data yang dikumpulkan melalui buku-buku dan artikel jurnal (Putriana, 2023). Beberapa buku yang peneliti gunakan, seperti buku Dakwah Kultural Muhammadiyah dan buku Dakwah Muhammadiyah dalam Masyarakat Digital: Peluang dan Tantangan. Sedangkan, dalam upaya memperdalam temuan dan memperkaya referensi, peneliti menyajikan data pada riset-riset terdahulu berupa artikel jurnal atau literatur lainnya yang sinkron dengan topik penelitian.

Setidaknya ada empat fitur utama dari penelitian kepustakaan yang harus menjadi fokus peneliti, antara lain: Pertama, alih-alih menggunakan pengalaman langsung dari lapangan, peneliti bekerja secara langsung dengan teks atau data numerik. Kedua, karena sumber data perpustakaan dapat diakses secara langsung oleh peneliti, maka sumber data tersebut “siap pakai” dan tidak memerlukan kerja lapangan secara langsung. Ketiga, data pustaka biasanya merupakan sumber sekunder, yang berarti bahwa peneliti tidak mendapatkan data asli dari data langsung di lapangan, melainkan informasi dari tangan kedua. Keempat, waktu dan lokasi tidak menjadi kendala bagi data pustaka. Praktik ini melibatkan penilaian literatur yang menyeluruh, tidak hanya meninjau. Hal ini dilakukan untuk membaca secara lebih luas, melakukan analisis menyeluruh, dan meningkatkan kualitas riset yang dilakukan (Supriyadi, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perjalanan Dakwah Kultural Muhammadiyah

Saat Muhammadiyah didirikan pada tahun 1912, itu merupakan suatu terobosan gerakan Islam melalui organisasi, ketika Kiai memiliki peran yang sangat menonjol sebagai pemimpin tidak resmi dan kaum muslimin terjerat oleh budaya konservatif yang lebih bergantung pada komunitas lokal, seperti pesantren. Maka, kemunculan organisasi tidak diragukan lagi merupakan tindakan berkemajuan pada abad ke-20, yang secara cerdas dan adaptif digunakan oleh K.H. Ahmad Dahlan sebagai “washilah” guna mencapai prinsip-prinsip Islam. Melalui pendidikan, pembangunan struktur sosial, dan pembangunan fasilitas kesehatan, K.H. Ahmad

Dahlan telah melakukan lompatan kultural yang dirangkul sebagai bentuk dakwah kultural (Rahmat & Romelah, 2022). Butuh waktu yang cukup panjang bagi Muhammadiyah untuk benar-benar mengambil pendekatan yang lebih kontekstual, menerima keragaman budaya, dan berhasil menggabungkan cita-cita Islam dengan budaya lokal tanpa mengorbankan keyakinan agama yang mendasar (Mohadib & Tajudin, 2024).

Muhammadiyah mengadakan sidang tanwir di Bali pada tahun 2002 dan berhasil mengembangkan sebuah gagasan dakwah yang akan menjadi panduan bagi anggota organisasi, mulai dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah sampai kepada Pimpinan Ranting Muhammadiyah. Dakwah kultural adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan gagasan dakwah tersebut. Pada sidang tanwir di Makassar tahun 2003, gagasan dakwah kultural juga ditinjau kembali (Syaipudin & Rasyid, 2023). Hal ini menunjukkan komitmen Muhammadiyah terhadap pengembangan gagasan dakwah kultural dan menunjukkan bahwa Muhammadiyah memiliki sikap yang kuat terhadap budaya secara umum dan tidak anti-budaya.

Dakwah yang ditelaah melalui Al-Qur'an surah Ali-Imran 104 yang merupakan khittah dan langkah-langkah taktis mendasar dalam perjuangan Muhammadiyah, termasuk menyeru dan mengajak kepada yang makruf, serta menghindari segala kemungkaran (Al Aydrus et al., 2022). Selain itu, Muhammadiyah bukan hanya menjadikan Jawa sebagai basis pergerakan, namun merata ke semua daerah di seluruh penjuru tanah air, bahkan sudah sampai ke mancanegara. Berbagai kemajuan di bidang pendidikan, kesehatan, dan ekonomi menunjukkan semuanya. Pada kenyataannya, Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) telah meluas ke negara-negara lain, termasuk Malaysia (Nugroho, 2023). Dalam perjalanan Muhammadiyah 111 tahun, harus diakui bahwa perannya sangat spektakuler. Secara umum, gerakan Muhammadiyah sangat penting dan Muhammadiyah adalah satu-satunya organisasi Islam yang memiliki tingkat fokus seperti ini.

Adanya realita itu berkat dakwah kultural yang dilakukan Muhammadiyah menggunakan pendekatan budaya dalam masyarakat dengan menawarkan budaya baru yang bernilai islami. Merujuk cara dakwah Nabi Muhammad Saw., dakwah kultural Muhammadiyah memiliki karakteristik dinamis, kreatif, inovatif, dan purifikatif. Dalam rangka mewujudkan masyarakat Islam seutuhnya, dakwah kultural bertujuan untuk menanamkan cita-cita agama

Islam serta menyentuh segala aspek kehidupan dengan meninjau kemampuan dan orientasi umat manusia selaku makhluk berbudaya pada umumnya. Melakukan dinamisasi dan purifikasi melalui dakwah Islam dalam bentuk taktik kultural dan transformasi sosial yang diwujudkan dengan dakwah kultural merupakan salah satu ciri khas Muhammadiyah yang bersifat inklusif (Abudi & Labibah, 2023).

Firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 125 juga tidak dinafikan oleh pendekatan dakwah kultural Muhammadiyah. Bahwa dakwah harus dilakukan dengan *Al-hikmah*, yang berarti dakwah harus diberikan setelah memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang tujuan dan sasaran individu atau masyarakat. Berikutnya adalah *Al-maw'idhah Al-hasanah*, yang mencakup dakwah yang menyenangkan dan menggembirakan (*tabisyir*) dan yang membuat segala sesuatunya menjadi lebih sederhana (*taysir*). Terakhir, *Al-mujjadi bi al-lati hiya ahsan*, yang mengacu pada pertukaran ide dengan cara yang paling efektif mengingat keadaan populasi target dan masyarakat (Hussein, 2021). Telah termaktub pula dalam tafsir Buya Hamka, bahwa mampu beradaptasi dengan kebutuhan setiap individu atau kelompok adalah makna dari "Hikmah" dalam berdakwah. Hal ini dimaksudkan untuk membantu orang-orang menerima pelajaran yang masuk akal setelah dipertimbangkan dengan cermat. Serta tujuan debat atau diskusi dalam dakwah adalah untuk mencapai tujuan utama dakwah, yaitu untuk membuka pikiran orang dan memberikan pengetahuan, bukan untuk menunjukkan siapa yang paling baik atau paling terampil dalam berbicara (Sugiarto, 2020).

Langkah konkret dalam mempraktikkan dakwah kultural adalah dengan menggunakan seni pertunjukan seperti teater, tari, gamelan, dan wayang untuk menyebarkan ajaran Islam. Pada saat itu, di sekitar area Musholla Muhammadiyah menjadi tempat latihan voli, sepak bola, dan dangdut, khususnya di Bakung. Juga menggunakan teknologi digital, media sosial, film, dan media massa untuk menyebarkan dakwah dengan cara yang lebih sederhana dan menarik. Menciptakan kurikulum pendidikan Islam yang memasukkan aspek-aspek budaya lokal baik dalam lingkungan pembelajaran formal maupun informal. Menciptakan buku, puisi, cerita rakyat, dan karya sastra lainnya yang mencakup cita-cita Islam dan budaya daerah untuk mempromosikan literasi Islam. Serta menciptakan fasilitas untuk inisiatif dakwah yang

berfokus pada budaya, termasuk pesantren yang mengajarkan seni tradisional atau pusat studi Islam dan budaya (Yoto, 2024).

Sentuhan Dakwah Kultural Muhammadiyah Pada Digital Native

Pada tahun 2021-2023, Indikator Politik Indonesia memublikasikan beberapa isu yang menjadi perhatian bagi anak muda atau digital native. Diantaranya, terdapat isu sosial politik, kepemimpinan nasional, serta sepakbola Indonesia (Indikator, 2023). Tidak sampai disitu, krisis iklim di Indonesia serta permasalahan lingkungan juga menjadi perhatian bagi mereka (Sikumbang et al., 2024). Dengan kemudahan informasi yang didapat oleh digital native, kecerdasan serta pola pikir yang kritis, tentunya seusia mereka masih dapat dikatakan labil. Dibutuhkan sentuhan dakwah yang solutif bagi mereka agar tetap menjaga konsistensi daya kritisnya, dibarengi dengan kesantunan dan moral.

Memang diperlukan misi berupa transformasi dakwah melalui digitalisasi agar dapat mencegah ideologi radikal dan memastikan bahwa masyarakat, terutama generasi digital native mendapat informasi bahwa ada cara yang lebih masuk akal dan bermoral dalam menjalani kehidupan (Muvid, 2023). Misi tersebut diperkuat oleh penelitian dari Muh Farhan Ali dan Muh Nur Rochim Maksum, bahwa transformasi digital telah mengubah banyak aspek kehidupan secara signifikan, termasuk cara orang berinteraksi, berkomunikasi, dan menyebarkan ide-ide keagamaan (Ali & Maksum, 2024). Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara konvensional melalui ceramah langsung, majelis taklim, dan media cetak, sekarang harus menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi.

Khanna Nailil Muna dalam penelitiannya juga meyakini bahwa transformasi dakwah tersebut disebabkan berbagai faktor, yakni perubahan teknologi, perubahan lingkungan, perubahan politik, perubahan sosial, globalisasi, perubahan ekonomi, kebudayaan, serta demografi. Perubahan-perubahan tersebut dengan mudah diakses oleh anak-anak muda, termasuk digital native. Mereka sangat peka terhadap informasi-informasi aktual yang beredar di internet ataupun media sosial (Muna et al., 2023). Itulah sebabnya, Haedar Nashir meminta Majelis Tarjih Muhammadiyah untuk menyusun fikih tentang bermedia sosial, demi mengedepankan gaya hidup yang beradab untuk menghadirkan tajdid dan dakwah di zaman

modern ini. Ia menggarisbawahi bahwa dunia lokal dan universal memiliki kecenderungan untuk “mengeras” atau menjadi radikal sebagai respons terhadap situasi yang menegangkan di berbagai aspek kehidupan (Alka, 2019).

Berkaitan dengan tujuan, Syafiq A. Mughni mengungkapkan bahwa dakwah kultural Muhammadiyah digencarkan demi efektivitas dakwah, kedamaian dakwah, pengurangan resiko, dan perluasan jama'ah (Redaksi, 2024). Mengingat sasaran dakwah dan jamaah Muhammadiyah bukan hanya silent generation, baby boomers, atau akrab disapa dengan digital immigrant yang lahir pada zaman sebelum adanya teknologi. Saat sekarang ini, sudah serba digital dan itu menjadi bagian dari kehidupan. Mau tidak mau tugas dakwah harus lebih optimal serta adaptif menyesuaikan zaman (Thadi & Mukhlizar, 2021).

Salah satu strategi dakwah kultural Muhammadiyah yaitu melalui pendekatan seni dan budaya. Tiga kesimpulan penting yang muncul dari Musyawarah Nasional (MUNAS) Tarjih XXIII tahun 1995 di Aceh: pertama, bahwa seni adalah bagian dari fitrah manusia dan anugerah dari Allah kepada manusia, serta harus dijaga dengan baik; kedua, bahwa membuat dan mengapresiasi seni dapat diterima selama tidak bertentangan dengan ajaran agama; dan ketiga, jika seni dapat digunakan sebagai sarana dakwah untuk meningkatkan keimanan seseorang kepada Allah, maka hal tersebut merupakan tindakan amal saleh yang bernilai ibadah (Aziz, 2024). Muhammadiyah telah berupaya menggunakan budaya sebagai media dakwah sejak sidang Tanwir di Denpasar pada tahun 2002 (Hairit, 2020). Jika selama ini Muhammadiyah menggunakan strategi pemurnian, maka Muhammadiyah berupaya mengembangkan paradigma baru dalam melakukan pemurnian, yaitu pendekatan baru yang jauh lebih toleran dengan memanfaatkan kultur atau budaya lokal.

Dalam majalah *Suara Muhammadiyah* yang dikutip dari buku *Dakwah Kultural Muhammadiyah*, disebutkan bahwa Menjadi seorang Muslim tidak berarti Anda harus anti atau memusuhi seni. Melakoni kesenian adalah kecenderungan manusia dan menjadi fitrah manusia. Sesuai dengan nilai-nilai fitrah manusia yang condong kepada kebaikan dan kebenaran, seni yang indah juga dapat merepresentasikan cita-cita tersebut untuk kebaikan umat manusia (Basri, 2019). Selain itu, ada kebutuhan makro untuk berdakwah melalui media kesenian, seperti musik, karena melalui musik juga dapat menyampaikan pesan amar ma'ruf nahi munkar, *Dakwah Kultural Muhammadiyah dalam Menghadapi Generasi Digital Native*
Ahmad Faroch Alfarizi

tetapi juga membantu individu untuk mengembangkan intuisi mereka. Terdapat pula praktik-praktik untuk olah rasa, yang akan meningkatkan kepekaan dan kualitas hati nurani. Maka, Muhammadiyah memandang musik sebagai seni yang bisa dioptimalkan untuk menyiarkan ajaran Islam. Bukan hanya musik, melainkan juga teater, seni rupa, dan juga seni sastra (Agustyawati, 2022).

Contoh eksplisitnya adalah Mars Muhammadiyah yang disenandungkan baik saat acara formal maupun non formal. Pesan dari lagu ini sangat menginspirasi umat Islam, khususnya kader Muhammadiyah. Artikulasi “Di Timur fajar cerah gemerlapan, mengusir kabut hitam” mengacu pada gagasan bahwa kita harus selalu siap menghadapi masa depan. Implikasinya, kader harus menjadi pelopor, pelaksana, dan penyempurna amanah. Selain itu, Mars Muhammadiyah yang digaungkan memiliki fungsi efektif untuk mengobarkan semangat perjuangan, menebalkan identitas gerakan, hingga menanamkan ideologi secara laten (Muslich et al., 2021). Dengan iringan alat musik dan aransemen yang variatif, tentunya mengindikasikan Muhammadiyah begitu menghargai seni dan budaya, serta mengakomodirnya sebagai bagian dari dakwah kultural.

Selain seni dan budaya, optimalisasi media sosial adalah dakwah kultural Muhammadiyah yang secara spesifik menyentuh digital native. Awalnya, Muhammadiyah mendirikan TVMu, sebuah stasiun televisi dan mulai mengkoordinasikan gerakan-gerakan kontemporer. TVMu terus berkembang dan rutin melakukan kajian melalui saluran YouTube seperti TVMu Channel. Kemudian, akun *Instagram* “lensamu” juga turut menjadi bagian transfer dakwah secara kultural oleh Muhammadiyah. Akun tersebut rutin mengunggah konten-konten dengan beragam tema setiap harinya. Bukan hanya isu dan perkembangan Muhammadiyah saja, melainkan juga isu nasional dan internasional. Awalnya, konten-konten di lensamu dinilai terlalu monoton, karena hanya bermuatan tulisan atau kutipan. Kini, lensamu mengubah algoritmanya dengan menambahkan konten video serta gambar-gambar yang menyesuaikan tren anak muda. Selain *Instagram*, Pimpinan Pusat Muhammadiyah juga memiliki akun di *Twitter*, *Facebook Fanpage*, dan *TikTok*. Dengan menekankan nilai-nilai kebaikan dan membina lingkungan media sosial yang ramah bagi generasi digital native (Nadiyah & Maksum, 2024). Konten dakwah melalui akun-akun media sosial terbukti cukup

efektif, bahkan turut disebarluaskan atau diunggah kembali lewat fitur cerita pribadi. Inilah pola dakwah kultural yang terus diproduksi oleh Muhammadiyah untuk mengedukasi digital native melalui media sosial.

Aspek kultural dan struktural dari jaringan komunitas virtual Muhammadiyah untuk kaum muda saat ini juga saling terkait. Dari segi struktural, Muhammadiyah.or.id dan suaramuhammadiyah.id merupakan kanal resmi yang dikelola, dan keduanya menjadi web atau media dakwah Persyarikatan. Meski begitu, berdasarkan penelusuran ranking di Alexa, web suaramuhammadiyah.id masih menempati posisi 2.117 di Indonesia pada tahun 2020 (RedaksiIB, 2020). Selain itu, terdapat kanal-kanal generasi muda yang berafiliasi pada Muhammadiyah, yaitu IBTimes, Anak Panah, Milenialis, Rahma, Santri Cendekia, JIBPost, dan banyak lagi (Muchlas et al., 2022). Dengan adanya wadah dari web-web tersebut, digital native bisa membaca perkembangan ataupun isu-isu aktual melalui media sosial, namun tetap berpeluang untuk berkarya dengan memuat tulisan dan diunggah pada web-web tersebut.

Dalam bukunya *Amusing Ourselves to Death*, Neil Postman menyatakan bahwa media, seperti media sosial dan televisi, mengubah cara masyarakat berpikir dan berkomunikasi dengan mengalihkan penekanan dari diskusi yang beralasan menjadi hiburan (Sugiarto, 2020). Hal ini juga memengaruhi cara kita menginterpretasikan informasi dan mengembangkan pandangan dunia kita. Maka, yang perlu ditanamkan adalah ungkapan McLuhan, bahwa “the medium is the message,” atau media merupakan sebuah pesan. Cara kita berpikir, bertindak, dan melihat dunia sangat dipengaruhi oleh media. (Tarigan, 2024). Dakwah kultural Muhammadiyah melalui media sosial tentunya tidak ingin terjerumus ke dalam argumen Neil Postman. Konten-konten yang diproduksi Muhammadiyah bukanlah sentimen, intervensi, dan juga receh, melainkan konten-konten yang mengakomodir generasi digital native. Dengan metode penyampaiannya yang memasuki psikologi generasi digital native, seperti relevansi kalimat, bahasa, serta visualisasi yang digunakan.

Ada beberapa studi kasus yang memaparkan tentang dakwah kultural Muhammadiyah yang menyentuh digital native, misalnya pada Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo (FKMMS) yang menggunakan *live streaming Youtube* dan *Instagram* pada saat kegiatan pengajian, mereka sadar betul bahwa dakwah perlu mengembangkan dialektika Islam

Dakwah Kultural Muhammadiyah dalam Menghadapi Generasi Digital Native 204
Ahmad Faroch Alfarizi

dengan menggunakan aspek-aspek kultural, dalam hal ini media sosial yang menyasar pada generasi digital native (Istikomah et al., 2020). Lalu, studi kasus di Pimpinan Daerah Muhammadiyah Surakarta yang mengoperasikan web muhammadiyahsolo.com, terdapat tim manajemen web yang secara konsisten memelihara situs web, membuat berita dan artikel, dan menanggapi pertanyaan dari penjelajah web (Triyono et al., 2020).

Serta implementasi dakwah kultural di Universitas Muhammadiyah Gombong dengan berbagai strategi. 1) Fungsi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Dakwah, yang mengadakan pengajian rutin, diskursus keagamaan, dan pelatihan kepemimpinan Islam. Selain itu, terdapat program-program pengabdian masyarakat yang secara langsung melibatkan mahasiswa dalam inisiatif dakwah sosial, termasuk sosialisasi kesehatan berbasis masyarakat, pengajaran agama di sekolah-sekolah, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. 2) Internalisasi kurikulum Al-Islam dan Kemuhammadiyahan berbasis riset dan inovasi mahasiswa. 3) Kajian yang dilakukan oleh pegawai dan mahasiswa setiap bulannya yang berkembang menjadi forum diskusi interaktif yang membahas isu-isu sosial dan kemasyarakatan serta doktrin Islam (Akbar & Atmojo, 2024).

Walau telah mempromosikan dakwah kultural baik lewat media sosial, seni budaya, amal usaha, dan lain-lain kepada digital native, namun Muhammadiyah tetap menyisakan poin yang harus dievaluasi. Terkait dengan ikhtiar Muhammadiyah untuk melahirkan dai-dai muda yang menyapa kaum muda lainnya. Hal tersebut menjadikan paradigma bahwa Muhammadiyah mengalami krisis dai muda yang mampu menarik perhatian digital native lainnya. Pernyataan itu disepakati oleh Mhd. Lailan Arqam bahwa upaya para dai Muhammadiyah untuk menyebarkan dakwah Muhammadiyah di media sosial belum menemui titik terang (Muchlas et al., 2022). Sebagaimana juga yang dijelaskan Reza Mardiana dalam risetnya, seorang dai harus dapat memanfaatkan media tersebut dengan bijak dan baik sehingga pesan dakwah akan tersampaikan dengan baik pula (Mardiana, 2020). Maka, selanjutnya Muhammadiyah harus turut bergerilya dalam upaya melahirkan dai-dai muda yang dakwahnya mampu diterima banyak kalangan, terutama digital native di media sosial.

Berbeda dengan konten kreator muda seperti Husein Basyaiban, Agam Fachrul, Ustadz Syam, Hanan Attaki, yang di luar kalangan Muhammadiyah dan telah mampu berdakwah

Dakwah Kultural Muhammadiyah dalam Menghadapi Generasi Digital Native
Ahmad Faroch Alfarizi

secara efektif melalui media sosial. Dengan dakwah melalui media sosial, mereka menarik banyak perhatian anak muda dan secara signifikan mempengaruhi masyarakat luas (Muthohirin, 2021). Maka, sangat tepat apabila Sholihul Huda dalam bukunya *Dakwah Digital Muhammadiyah* yang menyebutkan bahwa dakwah digital Muhammadiyah sudah mulai tumbuh subur karena suburnya portal media *online* (Huda, 2022). Namun, dakwah kultural Muhammadiyah kepada digital native belum bisa disebut berhasil jika Muhammadiyah belum menyanggupi untuk menciptakan dai-dai muda yang bisa mempengaruhi audiens dakwah, terutama digital native itu sendiri.

SIMPULAN

Generasi digital native memiliki karakteristik yang lebih kreatif, lebih terkoneksi, dan lebih percaya diri daripada digital immigrant. Kelebihan tersebut tentunya harus dimanfaatkan, apalagi didukung oleh zaman yang terus berkembang. Muhammadiyah sebagai organisasi Islam yang mempunyai misi dakwah secara kultural tentunya memiliki sasaran dakwah yang luas pula. Salah satunya generasi digital native yang banyak beroperasi lewat media sosial. Dakwah kultural Muhammadiyah menekankan untuk tidak perlu ragu untuk mengapresiasi serta menggunakan seni dan budaya sebagai medium dakwah, karena keduanya telah melekat oleh masyarakat, sehingga memuluskan langkah untuk berdakwah. Maka dari itu, Muhammadiyah tidak hanya berdakwah secara konvensional, melainkan juga turut mengembangkan sayap dakwahnya melalui media sosial. Hal tersebut diaplikasikan melalui konten-konten yang disajikan pada platform Instagram, Youtube, Twitter, Tiktok, serta Facebook. Dengan kalimat, bahasa, serta visualisasi yang cocok dengan corak digital native, hal itu memudahkan digital native untuk menangkap pesan dakwah melalui media sosial.

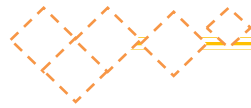
Hanya saja, Muhammadiyah memerlukan resep atau ramuan untuk bisa melahirkan dai-dai muda yang mampu mencerahkan digital native lainnya lewat media sosial. Misalkan mengkaji ulang pelatihan-pelatihan mubaligh dari organisasi otonom, sampai pada optimalisasi perkaderan utama dan fungsional kepada kader-kader muda Muhammadiyah. Oleh karena itu, penelitian berikutnya bisa mengembangkan hasil dari penelitian ini dan hendaknya mengkaji lebih lanjut terkait peluang, tantangan, serta misi Muhammadiyah untuk melahirkan dai-dai

muda agar dakwah kultural Muhammadiyah dapat menyentuh digital native secara komprehensif kedepannya. Sebab, penelitian ini masih terbatas dalam hal penyajian data-data kuantitatif yang lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

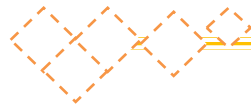
- Abudi, A. N., & Labibah, D. V. (2023). Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah Perspektif Teori Kompetensi Inti Organisasi. *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 5(2), 263–286. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v5i2.278>
- Agustyawati, L. (2022). Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah Di Era Digital. *Tajdid: Jurnal Pemikiran Dan Gerakan Muhammadiyah*, 20(1), 31–37.
- Akbar, T. K., & Atmojo, A. M. (2024). Progresifisme Nilai-Nilai Risalah Islam Berkemajuan : Studi Implementasi Dakwah Kultural Di Universitas Muhammadiyah Gombong. *Al Mikraj: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 5(1), 419–432. <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id>
- Al Aydrus, N., Nirmala, Lasawali, A. A., & Rahman, A. (2022). Peran Muhammadiyah dalam Upaya Pengembangan Pendidikan Islam di Indonesia. *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 17(1), 17–25. <https://doi.org/10.56338/iqra.v17i1.2174>
- Ali, M. F., & Maksum, M. N. R. (2024). Tantangan Dakwah Muhammadiyah di Era Digital. *Tabsyir : Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 05(03), 230–241.
- Alka, D. K. (2019). Alam Digital Muhammadiyah Dakwah Islam Washatiyah Berkemajuan. *Maarif*, 14(2), 85–92. <https://doi.org/10.47651/mrf.v14i2.64>
- Arif, M. (2024). *Pengguna Internet di Indonesia Meningkat di 2024*. PJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). [https://apjii.or.id/berita/d/pengguna-internet-di-indonesia-meningkat-di-2024#:~:text=Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia \(APJII\) merilis hasil survei terbaru,%25 menjadi 79%2C5%25](https://apjii.or.id/berita/d/pengguna-internet-di-indonesia-meningkat-di-2024#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII)%20merilis%20hasil%20survei%20terbaru,%25%20menjadi%2079%2C5%25).
- Ashari, M. F., Dova, M. K., & Jaya, C. K. (2022). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Digital. *Journal of Da'wah*, 3(2).
- Aziz, A. (2024). Perspektif Muhammadiyah terhadap Kebudayaan di Indonesia. *IHSANIKA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(3), 26–38.
- Basri, M. R. (2019). Dakwah Kultural Muhammadiyah. *Suara Muhammadiyah*.
- Hairit, A. (2020). Dinamika Pendidikan Islam Multikultural Perspektif Lembaga Pendidikan Muhammadiyah. *Journal of Islamic Education Policy*, 5(1), 43–58.
- Dakwah Kultural Muhammadiyah dalam Menghadapi Generasi Digital Native*
Ahmad Faroch Alfarizi

- Handayani, F., & Fauzi, F. (2023). Kendala-Kendala Yang Dihadapi Digital Native Dalam Pencarian Informasi. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 15(1), 31–39. <https://doi.org/10.37108/shaut.v15i1.766>
- Huda, S. (2022). *Dakwah Digital Muhammadiyah Pola Baru di Era Disrupsi* (M. M. Mas'udi (ed.); 1st ed.). Samudra Biru.
- Hussein, A. A. A. (2021). *Strategi Dakwah Menurut Al-Qur'an* (F. A. Rafi (ed.); 1st ed.). Blurb Inc.
- Indikator. (2023). *KEPEMIMPINAN NASIONAL DAN DINAMIKA ELEKTORAL JELANG 2024 DI MATA GENERASI MUDA*. Indikator Politik Indonesia.
- Istikomah, I., Romadlon, D. A., & Hariyanto, B. (2020). Strategi Dakwah Muhammadiyah Melalui FKMMMS (Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo). *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 111–124. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3341>
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Media Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(02), 148–158.
- Maulana, I., & Subarkah, M. A. (2024). Implementasi Komunikasi Dakwah Muhammadiyah dalam Meningkatkan Kesadaran Agama. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(4), 68–74.
- Mohadib, & Tajudin. (2024). Mencerahkan Zaman: Ideologi dan Gerakan Muhammadiyah dalam Mewujudkan Masyarakat Islam yang Berkemajuan. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 7(2), 161. <https://doi.org/10.24853/ma.7.2.161-178>
- Muchlas, Setiawan, F., Somae, E. T., Widodo, H., Fariadi, R., Abdi, N. S., Ichsan, Y., Arqam, M. L., Syuhada', M. N., Puspitarini, D., Ma'ruf, F., Khafidhoh, Sumarlan, I., Sari, N., Habibi, M., Marwa, M., Hanafiah, Y., Fadhlurrahman, Inawati, I., ... AnantaTur, A. P. (2022). *Dakwah Muhammadiyah dalam Masyarakat Digital: Peluang dan Tantangan* (B. A. Afwan & A. Budiman (eds.); 1st ed.). UAD PRESS.
- Muna, K. N., Ismaya, M. I. N., Sayekti, N. P., Agustin, A. P., Az-Zahra, N., & Zulkarnain, D. P. (2023). DAKWAH BERBASIS BUDAYA DALAM MASYARAKAT YANG BERUBAH. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper Pengembangan Dakwah, Pondok Al Islam Dan Kemuhammadiyah*, 2–5.
- Muslich, A., Wahrudin, B., Sumaji, & Syukroni, A. (2021). *Sejarah Pengajian Ahad Pagi Al Manar* (A. Sugianto (ed.); 1st ed.). Wade Group.
- Muthohirin, N. (2021). Da'wa in Social Media: The Views of Ustad Hanan Attaki and Felix Siau to The Hijrah Phenomenon. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of*



Islamic Studies, 17(2). <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v17i2.12671>

- Muvid, M. B. (2023). Model Dakwah Berbasis Humanis di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-nilai Islam Rahmatan Lil Alamin. *Jurnal Mediakita Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952>
- Nadiyah, N. R., & Maksum, M. N. R. (2024). Dinamika Dakwah Islam Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Digital: Perspektif Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah. *At-Tawasul*, 3(2), 90–101. <https://doi.org/10.51192/ja.v3i2.1032>
- Nugroho, D. A. (2023). Upaya Internasionalisasi Muhammadiyah Melalui Sektor Pendidikan: Studi Kasus di Malaysia Tahun 2015-2021. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 85–98. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v6i1.2020>
- Putriana, H. (2023). Kritik terhadap Pendekatan Konseling Feminis Berbasis Islam dalam Konteks Komunikasi dan Dakwah. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 13(1), 1–20. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Rahman, A., & Hilmiyah, M. (2024). Media Sosial dan Masyarakat: Ditinjau dari Analisis Kultivasi Media. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 14(01), 79–97. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Rahmat, S., & Romelah. (2022). MUHAMMADIYAH SEBAGAI GERAKAN ISLAM YANG BERKARAKTER DAKWAH DAN TAJDID. *Jurnal El-Ta'dib*, 02(02), 115–124.
- Redaksi, T. (2024). *Pesan Dakwah itu Tidak Melulu Persoalan Surga dan Neraka*. Muhammadiyah.or.Id. <https://muhammadiyah.or.id/2024/03/pesan-dakwah-itu-tidak-melulu-persoalan-surga-dan-neraka/>
- RedaksiIB. (2020). *100 Situs Islam Indonesia, NU Online Peringkat Pertama*. IBTimes.Id. <https://ibtimes.id/100-situs-islam-indonesia-nu-online-peringkat-pertama/>
- Samodra, P. B., Noviekayati, I., & Rina, A. P. (2023). Kecenderungan perilaku cyberbullying pada remaja pengguna media sosial: Bagaimana peran regulasi emosi ? *SUKMA : Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 122–131. <https://doi.org/10.30996/sukma.v3i2.7842>
- Saputro, F. F., Huda, S., & Fitriyah. (2023). Digitalisasi Dakwah Muhammadiyah: Reaktulisasi Pola Baru Dakwah Muhammadiyah Era Kontemporer. *Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama*, 9(1), 15–26.
- Sholihin, T. B., Muizzuddin, L. Z., Sahiil, M. M. B., & Afifuddin, M. R. (2024). Urgensi Pendidikan Moderasi Beragama Pada Generasi Digital Native. *FAJAR Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 58–64. <https://doi.org/10.56013/fj.v4i1.2959>
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., &



- Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>
- Sugiarto, F. (2020). Wawasan Al-Qur'an Tentang Metode Dakwah dalam Islam (Perspektif Pemikiran Quraish Shihab, Buya Hamka, dan Sayyid Quthb). *Media Bina Ilmiah*, 14(7).
- Supriyadi. (2017). Community of Practitioners: Solusi Alternatif Berbagi Pengetahuan antar Pustakawan. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 2(2), 83. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v2i2.13476>
- Syaipudin, M., & Rasyid, A. (2023). Strategi Komunikasi Muhammadiyah dalam Menebarkan Dakwah Kultural Perspektif Muhammad Abu Fatah Al-Bayanuni (Studi Kasus: Muhammadiyah Bangun Purba Deli Serdang). *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(1), 118–131.
- Syarofah, A., Ichsan, Y., Rahman, P., Kusumaningrum, H., & Nafiah, S. (2021). Dakwah Muhammadiyah Di-Era Digital Bagi Kalangan Milenial. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 25(1), 48–64. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v25i1.21774>
- Tarigan, R. (2024). Media Pembawa Perubahan : Tinjauan atas Teori Ekologi Media. *Lectura: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–10.
- Thadi, R., & Mukhlizar. (2021). Literasi Dakwah Di Era Post Truth. *JOISCOM (Journal Of Islamic Communication)*, 2(1), 31–38.
- Triyono, A., Suranto, & Priyono, K. D. (2020). Penguatan Dakwah Digital PDM (Pimpinan Daerah Muhammadiyah) Kota Surakarta Melalui Website muhammadiyahsolo.com. *Journal of Dedicators Community*, 4(2), 107–118. <https://doi.org/10.34001/jdc.v4i2.1062>
- Yoto, K. (2024). *Dakwah Kultural, Perluasan basis Sosial Muhammadiyah*. MenaraDuaBelas. <https://www.menaraduabelas.com/dakwah-kultural-perluasan-basis-sosial-muhammadiyah/>