

Pemikiran K.H. Ahmad Dahlan : Tipologi Dakwah Performatif dan Transformatif di Indonesia

Ismail¹, Nadia Cahaya Amanda²

¹Universitas Muhammadiyah Jakarta

²STAIT Yogyakarta

ismail.ismail@umj.ac.id¹, nadyacahaya18@gmail.com²

ABSTRACT

Contemporary Islamic preaching (dakwah) faces increasingly complex structural pressures: digital platforms offer unprecedented reach, yet the attention economy ecosystem systematically pushes dakwah to align with the logic of viral, easily consumable, and engagement-oriented content. Consequently, a fundamental and urgent question arises: does dakwah still function as an agent of social change, or has it transformed into a component of the religious entertainment industry? This article responds to that question by constructing a typology of performative dakwah and transformative dakwah. This analytical framework distinguishes between preaching oriented toward symbolic representation and audience consumption versus preaching focused on tangible and measurable social change. A distinctive feature of this article is that this typology is not built from theoretical frameworks imported from outside the Islamic tradition, but is instead extracted from the thoughts and practices of K.H. Ahmad Dahlan, the founder of Muhammadiyah, who consistently rejected verbalistic dakwah and placed social transformation at the core of the Islamic mission. Using a qualitative approach based on library research and critical-conceptual analysis, this study demonstrates that K.H. Ahmad Dahlan's logic centered on the unity of faith, knowledge, and action, along with an explicit bias toward marginalized groups provides a robust theological and methodological foundation for evaluating contemporary digital dakwah trends. The findings indicate that most digital dakwah in Indonesia today leans toward performative patterns, and while the space for transformative dakwah in the digital era is narrow, it remains viable and must be consciously nurtured.

Keywords : *Performative dakwah, Transformative dakwah, K.H. Ahmad Dahlan, Digital dakwah, Typology of Dakwah, Muhammadiyah.*

ABSTRAK

Dakwah Islam kontemporer menghadapi tekanan struktural yang semakin kompleks: platform digital membuka jangkauan yang belum pernah ada sebelumnya, tetapi ekosistem *attention economy* secara sistematis mendorong dakwah untuk menyesuaikan diri dengan logika konten yang viral, mudah dikonsumsi, dan berorientasi pada *engagement audiens*. Akibatnya, muncul pertanyaan mendasar yang semakin mendesak untuk dijawab, apakah dakwah masih berfungsi sebagai agen perubahan sosial, ataukah ia telah bertransformasi menjadi bagian dari industri hiburan keagamaan? Artikel ini merespons pertanyaan tersebut dengan membangun tipologi dakwah performatif dan dakwah transformatif sebagai kerangka analitis, membedakan dakwah yang berorientasi pada representasi simbolik dan konsumsi audiens, dengan dakwah yang berorientasi pada perubahan sosial yang nyata dan terukur. Yang menjadi kekhasan artikel ini, bahwa tipologi tersebut tidak dibangun dari kerangka teori yang diimpor dari luar tradisi Islam, melainkan diekstrak dari pemikiran dan praktik dakwah K.H. Ahmad Dahlan, pendiri organisasi terbesar di Indonesia yaitu Muhammadiyah yang secara konsisten menolak dakwah verbalistik dan menempatkan transformasi sosial sebagai inti dari misi keislaman. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis penelitian kepustakaan dan analisis

konseptual-kritis, hal ini menunjukkan bahwa logika dakwah K.H. Ahmad Dahlan yang berpusat pada kesatuan iman, ilmu, dan amal, serta keberpihakan eksplisit pada kelompok marginal menyediakan fondasi teologis dan metodologis yang kuat untuk mengevaluasi kecenderungan dakwah digital kontemporer. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar dakwah digital Indonesia saat ini lebih condong pada pola performatif, dan bahwa ruang bagi dakwah transformatif di era digital meski sempit, tetap ada dan perlu dirawat secara sadar.

Kata kunci : Dakwah performatif, Dakwah transformatif, K.H. Ahmad Dahlan, Dakwah digital, Tipologi Dakwah, Muhammadiyah.

PENDAHULUAN

Perkembangan platform digital telah membuka peluang distribusi pesan keagamaan dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Data *We Are Social* (Riyanto, 2024) mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 185 juta jiwa, dengan rata-rata waktu penggunaan media sosial lebih dari tiga jam per hari menjadikan Indonesia salah satu pasar digital terbesar di dunia dan sekaligus salah satu populasi Muslim terbesar yang terkoneksi secara digital. Dalam konteks inilah dakwah Islam beroperasi: sebuah medan komunikasi yang, sebagaimana dianalisis (Eickelman & Anderson, 1999) serta (El-Nawawy, 2009), menawarkan jangkauan yang secara historis belum pernah ada presedennya. Namun perluasan jangkauan ini tidak hadir tanpa konsekuensi struktural. Logika yang menggerakkan platform media sosial adalah logika *attention economy* sebuah ekosistem yang seperti diargumentasikan (Slama, 2018) dan (Lim, 2017), menghargai konten bukan berdasarkan kedalaman substansinya, melainkan berdasarkan kecepatan konsumsi dan potensi penyebarannya. Akibatnya, seperti yang dicatat (Fakhruroji, 2019), dalam kajiannya tentang dakwah digital di Indonesia, terjadi pergeseran orientasi yang terstruktur: dari penekanan pada substansi pesan menuju manajemen kesan dan optimasi viral. Dari sinilah muncul pertanyaan yang semakin mendesak untuk dijawab secara akademis: apakah dakwah digital masih berfungsi sebagai kekuatan transformasi sosial, ataukah ia telah bergeser menjadi bentuk hiburan keagamaan yang terdigitalisasi?

Perlu ditegaskan bahwa pertanyaan di atas bukan semata-mata persoalan teknis penggunaan medium. Yang sedang dipertaruhkan adalah sesuatu yang jauh lebih fundamental sebuah tegangan konseptual oleh (Habermas, 1981), dirumuskan sebagai pertentangan antara *communicative action* dan *strategic action*: antara komunikasi yang berorientasi pada pemahaman bersama versus komunikasi yang berorientasi pada pencapaian efek tertentu. Dalam kerangka dakwah, (Aziz, 2016) menegaskan bahwa efektivitas dakwah tidak dapat diukur semata dari besarnya audiens, melainkan dari sejauh mana pesan menghasilkan perubahan sikap dan perilaku yang terukur pada mad'u-nya. Pertanyaannya kemudian: dengan tolok ukur apa keberhasilan dakwah seharusnya dievaluasi di era digital? Relevan pula untuk dicatat bahwa (Castells, 2009), dalam analisisnya tentang relasi antara komunikasi massa dan kekuasaan, menegaskan bahwa medium tidak pernah bersifat netral, ia

membawa logika dan struktur yang secara sistemik membentuk ulang isi pesan itu sendiri. Tegangan-tegangan inilah yang membutuhkan kerangka analitis yang memadai untuk dibaca secara kritis, tanpa terjebak pada romantisme terhadap praktik masa lalu maupun pada optimisme teknologis yang naif.

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, artikel ini mengusulkan sebuah kerangka analitis yang dibangun dari dalam tradisi pemikiran Islam, bukan dipinjam secara mentah dari luar. Kerangka ini berupaya membedakan dua orientasi dakwah yang secara konseptual berbeda: pertama, dakwah yang beroperasi pada level representasi simbolik dan produksi kesan (*performatif*); dan kedua, dakwah yang berorientasi pada perubahan sosial yang terukur dan keterlibatan struktural dengan realitas komunitas (*transformatif*). Perbedaan semacam ini sebenarnya telah diisyaratkan dalam literatur komunikasi Islam: (An-Nabiry, 2008) membedakan antara dakwah *bil-lisan* dan dakwah *bil-hal*, sementara (Pimay, 2005) secara eksplisit menekankan dimensi perubahan sosial sebagai inti dari misi dakwah. Lebih jauh, kajian (Ismail & Hotman, 2017) menunjukkan bahwa dakwah yang efektif secara sosial membutuhkan lebih dari sekadar penyebaran pesan, akan tetapi ia memerlukan keterlibatan struktural dengan kondisi nyata komunitas yang menjadi sasarannya. Tipologi dakwah *performatif* dan *transformatif* yang diusulkan merupakan artikulasi sistematis dari perbedaan-perbedaan tersebut, seperti akan diargumentasikan, memiliki akarnya secara konseptual, begitulah cara K.H. Ahmad Dahlan memahami dan mempraktikkan dakwah.

Fondasi konseptual tipologi ini secara khusus diletakkan pada pemikiran K.H. Ahmad Dahlan, pendiri Muhammadiyah (1868–1923), dan pilihan ini didasarkan pada pertimbangan substansial, bukan sekadar afiliasi kelembagaan. K.H. Ahmad Dahlan, seperti yang direkonstruksi (Mul Khan, 2010), tidak pernah memisahkan antara pesan dakwah dan tindakan sosial, dakwahnya adalah perbuatan itu sendiri. (Syuja', 2009) mencatat bahwa K.H. Ahmad Dahlan secara konsisten menolak dakwah yang berhenti pada level wacana; baginya, Islam harus beroperasi di tengah realitas sosial yang konkret dan dapat diverifikasi dampaknya. Pandangan ini bukan sekadar preferensi retorik ia lahir dari pembacaan K.H. Ahmad Dahlan yang serius dan metodis terhadap Surah Al-Ma'un, yang kemudian diterjemahkan bukan sebagai tafsir teks semata, melainkan sebagai program aksi sosial yang terorganisir (Haedar Nashir, 2007). Justru di sinilah letak relevansi K.H. Ahmad Dahlan bagi kajian ini: pemikirannya menawarkan kerangka yang sekaligus bersifat teologis dan operasional sebuah kombinasi yang langka dalam diskursus dakwah kontemporer dan menjadikannya produktif sebagai alat analisis, bukan sekadar objek studi historis.

Kajian-kajian terdahulu tentang K.H. Ahmad Dahlan telah menghasilkan kontribusi yang signifikan dalam kerangka historis-biografis dan studi gerakan Islam (Nakamura, 1983) membaca pemikiran K.H. Ahmad Dahlan dalam konteks transformasi sosial masyarakat Jawa, sementara (Mul Khan, 1990) menelusuri akar-akar pembaruan pemikirannya dalam relasi dengan arus reformisme Islam global.

Kajian-kajian ini penting dan tidak terbantahkan nilainya. Namun demikian, terdapat celah metodologis yang belum ditangani secara memadai dalam literatur yang ada: kajian yang secara eksplisit mengekstrak dan mengartikulasikan pemikiran K.H. Ahmad Dahlan sebagai kerangka teoritik bukan sebagai objek sejarah untuk menganalisis fenomena dakwah kontemporer, masih sangat terbatas. (Gunawan, 2018), dalam studinya tentang visi sosial Muhammadiyah, mengidentifikasi adanya lapisan pemikiran K.H. Ahmad Dahlan yang belum sepenuhnya digali relevansinya untuk konteks kontemporer. (Effendy, 2009) menunjukkan hal serupa: pendekatan K.H. Ahmad Dahlan terhadap perubahan sosial memiliki struktur metodologis, jika diartikulasikan ulang secara sistematis, berpotensi produktif sebagai lensa analisis dakwah. Adanya pembahasan ini untuk merespons celah tersebut bukan dengan mengulang narasi historis tentang K.H. Ahmad Dahlan, melainkan dengan mendialogkan pemikirannya secara kritis dengan tantangan spesifik yang dihadapi dakwah di era digital.

Bertolak dari identifikasi kesenjangan tersebut, pembahasan ini mengemban dua tujuan yang beroperasi secara dialektis dalam satu kesatuan argumen. *Pertama*, membangun tipologi dakwah performatif dan transformatif berbasis pemikiran K.H. Ahmad Dahlan sebagai kerangka konseptual yang memiliki daya analitis memadai untuk membaca kompleksitas dakwah kontemporer. *Kedua*, mengaplikasikan tipologi tersebut untuk menganalisis secara kritis kecenderungan dakwah digital yang tengah berkembang, khususnya di Indonesia yang oleh sejumlah sarjana, di antaranya (Lim, 2017) dan (Van Bruinessen, 2013), secara konvergen disebut sebagai salah satu konteks paling produktif bagi pertemuan antara Islam dan media baru, meskipun dengan penekanan analitis yang berbeda.

Kedua tujuan ini tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan membentuk lingkaran hermeneutis: tipologi dibangun dari dalam tradisi, lalu diuji relevansinya terhadap fenomena kontemporer, dan pengujian itu sendiri berpotensi memperkaya atau merevisi tipologi yang ada. Pendekatan semacam ini selaras dengan prinsip yang dikemukakan (Wimberley dkk., 2016) bahwa kerangka teori yang berakar pada konteks lokal cenderung menghasilkan pembacaan yang lebih peka terhadap nuansa meski penulis menyadari bahwa pendekatan *emic* semacam ini juga menyimpan risiko bias konfirmasi yang perlu diantisipasi melalui triangulasi analitis. (Amin, 2008) dan (Ismail & Hotman, 2011) sama-sama menegaskan bahwa kajian dakwah yang produktif bergerak dalam dua arah sekaligus: memperkaya diskursus teoretis sekaligus menyediakan panduan bagi praktik. Kajian ini berada pada persimpangan kedua fungsi tersebut, dan kontribusinya diharapkan relevan baik bagi pengembangan teori komunikasi Islam maupun bagi para praktisi dakwah yang beroperasi di lingkungan digital.

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tradisi *library research* (penelitian kepustakaan). Pilihan metodologis ini bukan sekadar

pertimbangan teknis pengumpulan data, melainkan mencerminkan posisi epistemologis yang konsisten: untuk merekonstruksi pemikiran seorang tokoh dan membangun kerangka konseptual darinya, yang dibutuhkan bukan survei lapangan atau eksperimen, melainkan pembacaan yang cermat, berlapis, dan kritis terhadap teks (Creswell & Poth, 2018);. Dalam tradisi kajian pemikiran Islam, pendekatan semacam ini memiliki legitimasi akademik yang kuat, yang digunakan, antara lain, oleh (Esposito, 1983) dalam menganalisis pemikiran reformis Muslim awal, dan oleh (Voll, 1982) dalam memetakan tradisi pembaruan Islam lintas konteks historis dan geografis. Yang membedakan artikel ini dari tinjauan literatur konvensional adalah orientasinya yang eksplisit: bukan sekadar mendeskripsikan pemikiran K.H. Ahmad Dahlan, melainkan mengaktifkannya sebagai instrumen analitis yang produktif untuk membaca realitas dakwah kontemporer.

Sumber data dalam artikel ini dibagi ke dalam dua lapisan yang bekerja secara komplementer. Sumber primer adalah literatur yang secara langsung merekam pemikiran dan praktik dakwah Ahmad K.H. Ahmad Dahlan, terutama *Riwayat Hidup K.H. Ahmad Dahlan* karya Junus Salam, *Islam Berkemajuan* karya H.M. (Syuja', 2009), serta dokumentasi gerakan awal Muhammadiyah dan interpretasi para ulama generasi pertamanya. Pembacaan terhadap sumber-sumber ini tidak bisa dilakukan secara harfiah. Seperti yang ditekankan (Gadamer, 1975) dalam hermeneutikanya, teks historis selalu membutuhkan *Horizontverschmelzung* (peleburan cakrawala) antara konteks produksi teks dan konteks pembacaannya sebuah proses interpretif yang aktif, bukan pasif. Sumber sekunder mencakup kajian akademik tentang dakwah kontemporer, studi media Islam digital, serta literatur teori komunikasi dan sosiologi agama. Di antaranya adalah karya (Eickelman & Anderson, 1999), (Slama, 2018), dan (Bunt, 2018) yang telah memetakan transformasi ekspresi Islam di ruang digital secara sistematis.

Tahap pertama analisis adalah inventarisasi pemikiran proses mengidentifikasi dan mengekstrak prinsip-prinsip dakwah dari praktik dan gagasan K.H. Ahmad Dahlan. Ini adalah pekerjaan yang metodologis kompleks. K.H. Ahmad Dahlan, tidak seperti kebanyakan pemikir Islam yang meninggalkan karya tulis sistematis, lebih banyak mengekspresikan pemikirannya melalui tindakan. (Mul Khan, 2010) menyebut K.H. Ahmad Dahlan sebagai pemikir yang "berpikir dengan perbuatan" sebuah karakteristik yang menjadi kekuatannya sekaligus tantangan metodologisnya. Maka tahap ini tidak cukup hanya membaca apa yang K.H. Ahmad Dahlan katakan; yang lebih penting adalah membaca apa yang ia lakukan dan bagaimana tindakannya mencerminkan orientasi dakwah tertentu. Pendekatan ini sejalan dengan metodologi *contextual reading* dalam sejarah pemikiran yang dikembangkan (Skinner, 2012) dalam tradisi *Cambridge School*, bahwa memahami seorang pemikir mengharuskan kita menempatkan tindakannya dalam konteks persoalan konkret yang sedang ia coba jawab, bukan membaca teksnya secara historis.

Tahap kedua adalah *abstraksi konseptual*, yaitu mengangkat prinsip-prinsip yang ditemukan dari level praktik historis ke level kategori teoretik yang lebih umum dan dapat dioperasionalisasikan. Di sinilah artikel ini melakukan gerak metodologis yang paling krusial: pemikiran K.H. Ahmad Dahlan tidak dibaca sebagai peristiwa masa lalu yang tertutup, melainkan sebagai perspektif yang memiliki *surplus of meaning*, yang menggunakan istilah (Ricoeur, 1976) yang melampaui konteks historisnya sendiri. Konsep ini, yang Ricoeur kembangkan dalam *Interpretation Theory*, menunjukkan bahwa teks dan tindakan bermakna historis selalu memiliki potensi makna yang melampaui intensi pengarang aslinya. Proses abstraksi ini mengikuti logika yang oleh (Aberdeen, 2013) disebut sebagai *analytic generalization*: dari kasus spesifik menuju kategori yang memiliki daya jelajah lebih luas. Hasilnya bukan generalisasi yang menghapus kekhasan K.H. Ahmad Dahlan, melainkan konseptualisasi yang membuat kekhasan itu dapat berbicara kepada persoalan-persoalan yang jauh lebih kontemporer.

Tahap ketiga dan keempat bergerak beriringan: konstruksi tipologi dan aplikasi kritis. Tipologi dakwah performatif dan transformatif dibangun secara sistematis dengan menetapkan dimensi-dimensi pembeda yang operasional, bukan sekadar label dikotomis, melainkan instrumen analisis yang dapat digunakan untuk membaca fenomena nyata. Dalam tradisi sosiologi, (Weber, 1949) menunjukkan bahwa *ideal type* bukan deskripsi realitas, melainkan alat konseptual yang memungkinkan perbandingan dan analisis yang terkendali. Tipologi dalam artikel ini mengikuti logika serupa. Setelah tipologi terbentuk, ia kemudian digunakan untuk membaca kecenderungan dakwah digital kontemporer sebuah langkah yang mengikuti tradisi *critical discourse analysis* sebagaimana dirumuskan (Fairclough, 2003), yakni menggunakan kerangka konseptual untuk mengungkap struktur relasi kuasa dan ideologi yang tidak selalu tampak di permukaan teks atau praktik. Perlu dicatat bahwa penggunaan *critical discourse analysis* dalam artikel ini diadaptasi secara konseptual, bukan sebagai analisis linguistik teks semata, melainkan sebagai orientasi kritis terhadap fenomena dakwah yang dimediasi secara digital.

Secara keseluruhan, pendekatan metodologis ini menempatkan diri dalam tradisi *conceptual-critical analysis* yang dalam kajian Islam kontemporer semakin diakui sebagai kontribusi epistemologis yang sah. (Abaza, 2002), dalam kajian komparatifnya tentang produksi pengetahuan Islam di Malaysia dan Mesir, menunjukkan pentingnya analisis konseptual-kritis sebagai alternatif terhadap artikel empiris yang sempit. (Moosa, 2005), dalam studinya tentang Ghazali, mendemonstrasikan bagaimana pembacaan ulang pemikiran tokoh klasik dengan kerangka yang produktif dapat menghasilkan relevansi bagi tantangan kontemporer sebuah gerak metodologis yang sangat sesuai dengan apa yang dilakukan artikel ini terhadap K.H. Ahmad Dahlan. Pendekatan ini tidak mengklaim objektivitas positivistik; ia secara sadar berdiri pada posisi bahwa memahami dan menganalisis pemikiran tokoh selalu melibatkan interpretasi yang *situated*. Yang membedakannya dari spekulasi adalah ketatnya prosedur: sumber yang dapat diverifikasi, tahapan

analisis yang eksplisit, dan kerangka yang dibangun secara transparan sehingga dapat dikritisi dan diuji oleh pembaca lain (Maxwell, 2013). Dengan fondasi metodologis inilah tipologi dakwah performatif dan transformatif dalam artikel ini dibangun bukan sebagai klaim kebenaran final, melainkan sebagai tawaran kerangka yang terbuka untuk didialogkan lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rekonstruksi Pemikiran Dakwah K.H. Ahmad Dahlan

Untuk memahami di mana letak keistimewaan pemikiran dakwah Ahmad Kh. Ahmad Dahlan, kita perlu mulai dari sesuatu yang mungkin terlihat sederhana sebuah surah pendek yang ia baca berulang-ulang bersama murid-muridnya di langgar Kauman. Surah Al-Ma'un. Tapi cara K.H. Ahmad Dahlan membacanya tidak lazim, dan itulah yang membuat murid-muridnya gelisah. Ia tidak berhenti pada tafsir tekstual. Ia justru balik bertanya: kalau kita sudah hafal surah ini, sudah paham maknanya lalu mengapa anak-anak yatim di sekitar kita masih tidak terurus? Mengapa orang miskin di kampung ini masih tidak kita sentuh? (Syuja', 2009). Pertanyaan itu bukan retorika. Ia adalah metode. K.H. Ahmad Dahlan, seperti yang dicatat (Nakamura, 1983), menggunakan Al-Ma'un bukan sebagai teks untuk dihafal melainkan sebagai "cermin sosial" yaitu alat untuk mengukur jarak antara keimanan yang diklaim dengan realitas yang diabaikan. (Kuntowijoyo, 2006) menyebut cara berpikir seperti ini sebagai "*profetisme transformatif*" dimana hal tersebut merupakan sebuah orientasi yang tidak puas pada kesalehan individual, melainkan menuntut keterlibatan aktif dalam perbaikan kondisi sosial. Dan dari sinilah dari pembacaan Al-Ma'un yang meresahkan itu seluruh bangunan dakwah K.H. Ahmad Dahlan mulai dapat dipahami secara koheren.

Yang tidak kalah penting untuk dicatat adalah apa yang K.H. Ahmad Dahlan "tolak" dan penolakannya sama berbicarannya dengan apa yang ia perjuangkan. Dakwah pada zamannya, sebagaimana direkam dalam berbagai catatan sejarah gerakan Islam Indonesia awal abad ke-20, sangat didominasi oleh pola verbalistik yaitu ceramah panjang di masjid, pengajian yang berulang tema yang sama, dan ritual keagamaan yang lebih berfungsi sebagai penanda identitas komunal daripada sebagai dorongan perubahan (Noer, 1973); K.H. Ahmad Dahlan melihat pola ini dengan skeptisisme yang tidak ia sembunyikan. (Azra, 2004) mencatat bahwa K.H. Ahmad Dahlan secara eksplisit mengkritik model dakwah yang ia sebut "Islam lisan" yaitu Islam yang berhenti di mulut, yang penuh dengan pengetahuan agama tetapi miskin tindakan sosial. Ini bukan kritik yang datang dari luar, akan tetapi K.H. Ahmad Dahlan sendiri adalah bagian dari komunitas ulama yang ia kritik, dan justru karena itulah kritiknya menggigit. (Hefner, 2000) dalam analisisnya tentang Islam sipil Indonesia menempatkan K.H. Ahmad Dahlan sebagai salah satu figur pertama yang secara sistematis menantang ekuivalensi antara pengetahuan agama dan kompetensi sosial bahwa tahu banyak soal agama tidak otomatis berarti peduli pada

sesama. Penolakan ini, meskipun terdengar sederhana, memiliki implikasi yang dalam bagi cara kita memahami apa yang seharusnya dakwah kerjakan.

Dari penolakan itu, K.H. Ahmad Dahlan bergerak menuju sesuatu yang lebih konstruktif dan di sinilah konsep "*praxis*" menjadi kunci. Dakwah, bagi K.H. Ahmad Dahlan, bukan pilihan antara kata atau perbuatan. Ia adalah kesatuan yang tidak bisa dipisahkan antara iman, ilmu, dan amal, sebuah triad yang dalam praktiknya berarti bahwa setiap klaim keimanan harus dapat diverifikasi melalui tindakan nyata yang dapat dirasakan oleh orang lain (Rahman dkk., 2021). Ini bukan sekadar slogan. K.H. Ahmad Dahlan membangunnya sebagai sistem dan sistem itu, perlahan, mengambil bentuk dalam berbagai institusi. Pendirian sekolah Muhammadiyah pertama pada 1911, yang menggabungkan pendidikan agama dengan ilmu pengetahuan modern, adalah salah satu ekspresi paling nyata dari logika "*praxis*" ini (Ricklefs, 2001). Lembaga pendidikan bukan sekadar tempat transfer ilmu, namun ia adalah pernyataan teologis bahwa Islam harus hadir dalam pembentukan manusia secara utuh, tidak hanya spiritualnya, tetapi juga kapasitas intelektual dan sosialnya. (Ismail & Hotman, 2017) menyebutkan bahwa, pendekatan K.H. Ahmad Dahlan ini sebagai "dakwah institusional" sebuah model yang jauh mendahului zamannya dan seperti akan kita lihat, menjadi fondasi konseptual dari apa yang dalam artikel ini disebut sebagai dakwah transformatif.

Institusi-institusi yang K.H. Ahmad Dahlan dirikan sekolah, klinik, panti asuhan bukan proyek filantropi biasa. Ini perlu ditegaskan sejak awal, karena ada kecenderungan dalam sebagian literatur untuk membaca gerakan sosial Muhammadiyah semata sebagai ekspresi kedermawanan Islam. Padahal yang terjadi jauh lebih terstruktur dari itu. Ketika K.H. Ahmad Dahlan mendirikan "*Penolong Kesengsaraan Oemoem*" (PKO) pada 1923 sebuah lembaga yang menyediakan layanan kesehatan dan bantuan sosial bagi warga miskin Yogyakarta ia sedang membuat argumen teologis yang sangat serius: bahwa kehadiran Islam di tengah masyarakat harus dapat "dirasakan", bukan hanya "didengar" (Peacock, 2024). Rumah sakit adalah dakwah. Sekolah adalah dakwah. Panti asuhan adalah dakwah. Logika ini, yang pada zamannya terasa asing bagi banyak kalangan ulama tradisional, sesungguhnya sangat konsisten dengan tradisi Islam klasik tentang "masalah" kepentingan publik sebagai orientasi hukum dan etika Islam (Hallaq, 2009). Yang K.H. Ahmad Dahlan lakukan adalah membawa logika "masalah" itu turun dari level diskursus fikih ke level tindakan sosial yang konkret dan terorganisir. (Efendy, 1998) mencatat bahwa model kelembagaan K.H. Ahmad Dahlan ini kemudian menjadi salah satu warisan paling tahan lama dari gerakan Muhammadiyah, sebuah bukti bahwa dakwah yang berakar pada kebutuhan nyata komunitas memiliki daya hidup yang jauh lebih panjang dibanding dakwah yang hanya bergantung pada karisma personal seorang penceramah.

Dan di sinilah dimensi terakhir dari pemikiran dakwah K.H. Ahmad Dahlan yang perlu digarisbawahi sekaligus yang paling sering luput dari perhatian: keberpihakan eksplisitnya pada kelompok yang paling terpinggirkan. Bukan

kebetulan bahwa "*Penolong Kesengsaraan Oemoem*" (PKO) pada PKO didirikan di tengah kampung, bukan di pusat kota. Bukan kebetulan pula bahwa sekolah-sekolah Muhammadiyah awal menerima anak-anak dari keluarga yang tidak mampu membayar, pada saat pendidikan formal masih menjadi *privilege* kalangan tertentu (Noer, 1973:). Dalam pandangan (Shiraishi, 1990), beroperasi dengan kesadaran kelas yang tajam sebuah kesadaran yang membentuk pilihan-pilihan strategisnya secara konsisten. Ini bukan populisme. Ini adalah teologi. Bagi K.H Ahmad Dahlan, orang miskin dan orang sakit bukan objek belas kasihan mereka adalah "medan dakwah yang sesungguhnya", tempat di mana keimanan diuji dan diverifikasi secara paling jujur (Azra, 2004). Perspektif ini memiliki resonansi yang kuat dengan apa yang dalam teologi pembebasan Latin Amerika disebut sebagai "*preferential option for the poor*" yaitu keberpihakan struktural pada mereka yang paling rentan (Gutiérrez, 1988) meski K.H. Ahmad Dahlan tentu saja tiba pada posisi ini melalui jalur teologis Islam yang sama sekali berbeda. Yang penting untuk dicatat adalah bahwa orientasi keberpihakan ini bukan ornamen dari pemikiran K.H. Ahmad Dahlan, namun ia adalah intinya. Dan dari inti inilah tipologi dakwah transformatif dalam artikel ini menemukan fondasi teologisnya yang paling kokoh.

Konstruksi Tipologi Dakwah Performatif dan Transformatif

Membangun sebuah tipologi bukan pekerjaan yang bisa dilakukan tergesa-gesa. Ia membutuhkan landasan, dan landasan itu, dalam artikel ini, sudah diletakkan pada bagian sebelumnya melalui rekonstruksi pemikiran K.H. Ahmad Dahlan. Tapi sebelum tipologi itu dikonstruksi secara formal, ada satu pertanyaan metodologis yang perlu dijawab lebih dulu: mengapa tipologi? Mengapa tidak cukup dengan deskripsi atau analisis tematik biasa? Jawabannya berkaitan dengan fungsi analitis yang spesifik. (Weber, 1949), yang pertama kali mensistematisasi logika "*ideal type*" dalam ilmu sosial, menjelaskan bahwa tipe ideal bukan gambaran realitas, namun ia adalah konstruksi konseptual yang sengaja dipertajam hingga batas-batasnya menjadi jelas, justru agar kita bisa mengukur seberapa jauh realitas menyimpang atau mendekatinya. Dalam konteks kajian dakwah, (Pimay, 2005) dan (Aziz, 2016) sudah menunjukkan bahwa literatur dakwah Indonesia sebenarnya sudah lama membutuhkan kerangka konseptual yang lebih tajam yang tidak hanya membedakan dakwah berdasarkan metode atau media, tetapi berdasarkan "orientasi fundamental" yang menggerakkannya. Tipologi performatif-transformatif hadir untuk menjawab kebutuhan itu, bukan sebagai klaim dikotomi yang kaku, melainkan sebagai spektrum analitis yang memungkinkan pembacaan yang lebih bernuansa.

Dakwah performatif ini perlu didefinisikan dengan hati-hati agar tidak disalahpahami sebagai serangan terhadap dakwah lisan atau dakwah media, model dakwah yang orientasi utamanya bergerak pada level representasi simbolik. Artinya, keberhasilan dakwah diukur terutama dari seberapa efektif pesan keagamaan dikomunikasikan, diterima, dan dikonsumsi oleh audiens, bukan dari seberapa jauh

pesan itu mengubah kondisi sosial yang nyata. Konsep ini memiliki resonansi dengan apa yang (Goffman, 2021) sebut sebagai "*impression management*" pengelolaan kesan dalam interaksi sosial yang dalam konteks dakwah berarti bahwa yang dioptimalkan adalah "penampilan" dakwah: bagaimana da'i tampil, bagaimana pesan dikemas, bagaimana audiens merespons secara emosional dan ekspresif. (Fakhruroji, 2017) dalam kajiannya tentang dakwah digital Indonesia menunjukkan bahwa logika inilah yang secara dominan bekerja dalam ekosistem dakwah media sosial kontemporer di mana metrik kesuksesan didefinisikan oleh jumlah penonton, jumlah "*likes*", dan seberapa luas konten disebar. (Hjarvard, 2008) menyebut proses ini sebagai "*mediatization of religion*" sebuah kondisi di mana agama secara bertahap mengadopsi logika dan standar media massa sebagai kerangka operasionalnya sendiri. Yang perlu dicatat adalah bahwa dakwah performatif tidak selalu disengaja atau disadari oleh pelakunya, ia sering kali adalah hasil dari adaptasi struktural terhadap lingkungan media yang memang dirancang untuk mendorong konten ke arah tertentu.

Dakwah transformatif, di sisi lain, bergerak dari premis yang berbeda secara fundamental. Orientasinya bukan pada bagaimana pesan "terlihat" atau "terdengar", melainkan pada apa yang pesan itu hasilkan dalam realitas sosial yang konkret. Keberhasilan dakwah transformatif diukur bukan dari besarnya audiens, melainkan dari sejauh mana terjadi perubahan nyata dalam kondisi kehidupan komunitas yang menjadi sasaran dakwah, perubahan dalam akses pendidikan, kesehatan, keadilan, dan martabat manusia (Ismail & Hotman, 2017). Dalam kerangka ini, da'i bukan performer yang berdiri di atas panggung atau layar, namun ia adalah "agen perubahan" yang terlibat langsung dalam proses transformasi sosial bersama komunitas yang ia layani. (Freire, 1972), meski datang dari tradisi yang berbeda, memberikan konsep yang sangat relevan di sini: perbedaan antara "*banking education*" di mana pengetahuan hanya disimpan ke dalam kepala penerima tanpa mengubah posisi mereka dalam struktur sosial dengan pendidikan yang membebaskan. Analoginya dalam dakwah sangat langsung: dakwah yang hanya mengisi kepala dengan pengetahuan agama tanpa mengubah kondisi sosial yang menindas bukanlah dakwah transformatif dalam pengertian ini. (Gramsci, 1971) pun memberikan lensa yang berguna: transformasi sosial yang sejati membutuhkan perubahan pada level "*hegemoni*" pada sistem nilai dan cara pandang yang mengatur bagaimana masyarakat mengorganisir dirinya dan bukan hanya pada level perilaku individual.

Jika kedua kutub tipologi ini sudah dapat dipahami, maka langkah berikutnya adalah menetapkan dimensi-dimensi pembeda yang operasional yang bisa digunakan sebagai instrumen analisis yang konkret. Setidaknya ada enam dimensi yang dapat diekstrak dari perbandingan antara keduanya. *Pertama*, dimensi orientasi: performatif berorientasi pada representasi dan konsumsi simbolik, transformatif berorientasi pada perubahan kondisi sosial yang terukur. *Kedua*, dimensi ukuran keberhasilan: performatif menggunakan metrik audiens dan

engagement, transformatif menggunakan indikator dampak komunitas. *Ketiga*, dimensi relasi da'i dan mad'u: performatif cenderung satu arah dan konsumtif, transformatif bersifat dialogis dan partisipatif sejalan dengan apa yang (Freire, 1972) dan kemudian (Habermas, 1981) teorikan sebagai prasyarat komunikasi yang emansipatoris. *Keempat*, dimensi medium utama: performatif bertumpu pada panggung, platform, dan kanal distribusi pesan; transformatif bertumpu pada institusi, program, dan aksi sosial yang berkelanjutan. *Kelima*, dimensi landasan teologis: performatif lebih dekat dengan tradisi dakwah bil-lisan, transformatif lebih dekat dengan dakwah bil-hal sebagaimana dirumuskan dalam literatur dakwah klasik (Aziz, 2016). *Keenam*, dan ini yang paling jarang dibahas, yaitu dimensi posisi terhadap struktur sosial: dakwah performatif cenderung menerima struktur sosial yang ada sebagai konteks netral tempat pesan disebarkan, sementara dakwah transformatif secara aktif mempertanyakan dan berusaha mengubah struktur yang menghasilkan ketidakadilan (Kuntowijoyo, 2006).

Penting untuk segera ditambahkan, sebelum tipologi ini disalahpahami sebagai hierarki nilai yang sederhana, bahwa perbedaan performatif-transformatif tidak dimaksudkan sebagai tuduhan moral. Tidak semua dakwah performatif adalah dakwah yang buruk, dan tidak semua dakwah transformatif otomatis benar dan efektif. Yang ingin ditunjukkan adalah bahwa keduanya bekerja dengan logika yang berbeda, menghasilkan efek yang berbeda, dan membutuhkan evaluasi dengan standar yang berbeda pula. (Castells, 2009) mengingatkan bahwa dalam ekosistem komunikasi kontemporer, visibilitas adalah sumber daya kekuasaan yang nyata dan dakwah yang sama sekali mengabaikan dimensi performatif berisiko kehilangan jangkauan yang dibutuhkan untuk menggerakkan perubahan. Sebaliknya, dakwah yang sepenuhnya terserap dalam logika performatif berisiko kehilangan substansinya menjadi hiburan keagamaan yang memuaskan secara emosional tetapi tidak mengubah apa pun secara struktural. (Van Bruinessen, 2013) dalam kajiannya tentang konservatisme Islam Indonesia kontemporer justru menunjukkan bahwa salah satu faktor yang mendorong radikalisme adalah kekecewaan terhadap dakwah yang terasa kosong secara sosial, dan dakwah yang banyak bicara tetapi tidak hadir ketika komunitas membutuhkan pertolongan nyata. Ini menunjukkan bahwa pertarungan dari perdebatan performatif-transformatif bukan sekadar akademis, namun ia memiliki konsekuensi sosial dan politik yang nyata.

Di sinilah relevansi perspektif K.H. Ahmad Dahlan menjadi paling tajam. Tipologi yang dibangun dalam artikel ini bukan konstruksi yang datang dari luar dan kemudian dipaksakan pada pemikiran K.H. Ahmad Dahlan, sebaliknya, ia diekstrak dari dalam logika dakwah K.H. Ahmad Dahlan itu sendiri. K.H. Ahmad Dahlan, seperti yang telah direkonstruksi pada bagian sebelumnya, secara konsisten menolak dakwah yang berhenti pada level representasi, yang puas dengan keramaian pengajian tanpa bertanya apa yang berubah setelahnya. (Burhani, 2019) menyebut orientasi ini sebagai "*action-oriented theology*" teologi yang memvalidasi dirinya melalui dampak sosial yang dapat diverifikasi, bukan melalui keindahan

retorika atau besarnya kerumunan. Dan justru karena tipologi ini berakar dalam tradisi pemikiran Islam Indonesia sendiri, bukan tempelan teori Barat, ia memiliki legitimasi epistemologis yang berbeda: ia tidak hanya menjelaskan fenomena dakwah kontemporer, tetapi juga menilainya dari dalam sistem nilai yang sama-sama diakui oleh para pelakunya. Inilah yang membuat tipologi performatif-transformatif berbasis perspektif K.H. Ahmad Dahlan memiliki daya kritis yang lebih tajam dibanding sekadar menggunakan kerangka komunikasi atau sosiologi agama yang diimpor dari konteks yang berbeda (Hallaq, 2009).

Aplikasi Tipologi pada Dakwah Digital Kontemporer

Fenomena “*celebrity preachers*” di Indonesia bukan muncul tiba-tiba. Ia adalah produk dari pertemuan antara dua kekuatan yang bergerak bersamaan: meningkatnya konsumsi konten keagamaan di kalangan kelas menengah Muslim Indonesia, dan berkembangnya infrastruktur platform digital yang menyediakan jalan pintas menuju visibilitas massal (Slama, 2017). Yang menarik dan yang perlu dibaca secara kritis menggunakan tipologi yang telah dibangun adalah bagaimana logika selebritas secara bertahap mengkolonisasi logika dakwah. Seorang da'i yang tampil di layar dengan pencahayaan yang diatur, narasi yang dikemas rapi dalam tiga menit, dan “*call-to-action*” untuk subscribe dan share bukan sedang berdakwah dalam pengertian K.H. Ahmad Dahlan, ia sedang memproduksi konten. Ini bukan tuduhan, melainkan diagnosis struktural. (Hew, 2018) dalam kajiannya tentang “*new preachers*” Indonesia menunjukkan bahwa da'i-da'i tertentu, meski berbeda orientasi teologis secara signifikan, namun sama-sama beroperasi dalam logika yang menempatkan “*personal branding*” sebagai prasyarat efektivitas dakwah. Masalahnya, seperti yang diingatkan (Eickelman, & Anderson, 1999), ketika personal branding menjadi kerangka utama, pesan dakwah secara struktural akan cenderung bergeser menuju apa yang mempertahankan dan memperbesar brand tersebut, bukan apa yang paling dibutuhkan oleh komunitas yang dilayani. Di sinilah komodifikasi dakwah dimulai: bukan dari niat buruk, tetapi dari logika platform yang bekerja diam-diam.

Algoritma media sosial adalah aktor yang paling jarang disebut dalam diskusi tentang dakwah digital padahal pengaruhnya mungkin yang paling menentukan. Ini perlu dipahami secara struktural, bukan sebagai konspirasi. Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok dirancang dengan satu tujuan utama: memaksimalkan waktu yang dihabiskan pengguna di dalam platform (*engagement time*). Untuk mencapai itu, algoritma secara sistematis mempromosikan konten yang memicu respons emosional cepat, kejutan, kemarahan, keharuan, tawa dan mendemosi konten yang kompleks, lambat, dan menuntut perhatian mendalam (Pariser, 2011). Implikasinya bagi dakwah sangat langsung dan sangat serius. Da'i yang ingin jangkauannya luas dan ini adalah insentif yang rasional secara tidak langsung didorong untuk menyesuaikan kontennya dengan standar yang ditetapkan algoritma: lebih pendek, lebih emosional, lebih

mudah dicerna. (Lim, 2017) menunjukkan bahwa dalam konteks Indonesia, dinamika ini telah berkontribusi pada proliferasi konten keagamaan yang sensasional dan simplistik yang viral bukan karena kedalamannya, tetapi karena kemampuannya memicu reaksi emosional cepat. (Fakhruroji, 2017) menyebutnya sebagai "McDonaldisasi dakwah" yaitu proses di mana dakwah mengadopsi prinsip-prinsip efisiensi, kalkulabilitas, dan prediktabilitas industri hiburan, dengan mengorbankan kompleksitas dan kedalaman yang sesungguhnya menjadi kekuatan dakwah transformatif. Yang lebih mengkhawatirkan, seperti yang dicatat (Zuboff, 2019) dalam analisisnya tentang "*surveillance capitalism*", adalah bahwa pengguna platform termasuk da'i sering tidak menyadari sejauh mana perilaku mereka dibentuk oleh arsitektur platform yang tidak pernah mereka rancang dan tidak pernah mereka pilih secara sadar.

Jika dua paragraf sebelumnya berbicara tentang struktur dan logika sistem, maka di sinilah kita perlu mendaratkan analisis pada kasus-kasus yang lebih konkret agar tipologi yang dibangun terbukti memiliki daya analitis yang nyata, bukan sekadar konstruksi abstrak. Fenomena dakwah viral di Indonesia menyediakan material yang sangat kaya untuk keperluan ini. Ambil satu contoh yang cukup representatif: tren "*one minute booster*" atau konten dakwah berdurasi 60 detik yang meledak popularitasnya pasca-pandemi. Format ini, secara teknis, sangat efisien pesan keagamaan dikompres menjadi satu insight yang mudah diingat dan mudah dibagikan. Tapi apa yang hilang dalam kompresi itu? Yang hilang adalah konteks, kompleksitas, dan paling krusial hubungan antara pesan dengan kondisi nyata kehidupan pendengarnya (Slama, 2017). Ini adalah dakwah performatif dalam bentuknya yang paling murni: ia mengoptimalkan representasi pesan keagamaan, bukan dampak sosialnya. (Van Bruinessen, 2013) mencatat fenomena serupa dalam konteks yang lebih luas: bahwa ekspresi keislaman di Indonesia kontemporer semakin ditandai oleh apa yang ia sebut sebagai "*conservative turn*" sebuah pergeseran menuju identitas keislaman yang lebih tebal secara simbolik tetapi tidak selalu lebih dalam secara sosial. Dibaca melalui tipologi K.H. Ahmad Dahlan, fenomena ini menjadi sangat jelas: dakwah yang viral adalah dakwah yang berhasil dalam dimensi performatif, tetapi pertanyaan tentang apakah ia juga transformatif adalah pertanyaan yang hampir tidak pernah diajukan, dan inilah tepatnya yang perlu kita mulai tanyakan.

Pertanyaan yang kemudian muncul dan ini bukan pertanyaan retorik adalah apakah masih ada ruang bagi dakwah transformatif di era digital. Jawabannya, berdasarkan beberapa kajian yang mulai bermunculan, adalah: ada, tapi sempit dan membutuhkan kesadaran yang jauh lebih aktif untuk dipertahankan. (Campbell, 2012) menunjukkan bahwa komunitas-komunitas keagamaan yang paling berhasil memanfaatkan platform digital secara transformatif adalah mereka yang menggunakan medium digital bukan sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai "pintu masuk", jembatan yang menghubungkan audiens digital dengan keterlibatan sosial yang nyata di dunia offline. Artinya, konten digital yang baik bukan yang paling viral,

melainkan yang paling efektif menggerakkan orang dari posisi penonton pasif menuju partisipasi aktif dalam program sosial yang konkret. Beberapa gerakan dakwah berbasis komunitas di Indonesia seperti jaringan rumah zakat digital, program wakaf produktif berbasis media sosial, dan gerakan dakwah lingkungan yang menggunakan platform untuk mobilisasi aksi nyata menunjukkan bahwa model ini bukan utopia (Bunt, 2018). Yang membedakan mereka dari dakwah performatif bukan absennya dimensi visual atau naratif yang menarik, mereka juga menggunakan storytelling yang kuat dan konten yang dikemas dengan baik. Yang membedakan adalah "ke mana" semua itu bermuara: bukan pada pertumbuhan follower, melainkan pada pertumbuhan kapasitas komunitas untuk mengurus dirinya sendiri. K.H. Ahmad Dahlan, andai ia hidup hari ini, mungkin tidak akan menolak Instagram tapi ia pasti akan bertanya: setelah orang menonton kontenmu, apa yang berubah dalam hidup mereka?

Dan di sinilah ketegangan yang paling fundamental antara "reach" dan "depth" antara jangkauan dan kedalaman menjadi tidak terhindarkan untuk dihadapi secara jujur. Ini adalah dilema struktural, bukan kegagalan moral individu. Dakwah yang dalam yang bersedia bergulat dengan kompleksitas, yang tidak menyederhanakan masalah sosial menjadi kutipan motivasi, yang menuntut perubahan perilaku nyata dan bukan sekadar perubahan suasana hati secara inheren tidak kompatibel dengan logika algoritma yang mengutamakan konsumsi cepat dan respons emosional instan (Zuboff, 2019). (Habermas, 1984) sudah mengingatkan jauh sebelum era media sosial bahwa komunikasi yang benar-benar transformatif membutuhkan kondisi-kondisi yang tidak bisa dipenuhi oleh komunikasi massa yang berorientasi pada efek: ia membutuhkan kesediaan untuk mendengar, ruang untuk dialog, dan waktu untuk refleksi. Semua itu adalah hal-hal yang secara struktural dideprioritaskan oleh ekosistem platform digital kontemporer. (Castells, 2009) menawarkan satu jalan keluar konseptual: bahwa kekuatan transformatif dalam era jaringan tidak datang dari satu konten viral, melainkan dari konsistensi narasi yang dibangun lintas platform dan lintas waktu sebuah "counter-narrative" yang perlahan mengubah cara orang membingkai realitas. Dalam konteks dakwah, ini berarti bahwa dakwah transformatif di era digital bukan soal memenangkan algoritma, melainkan soal membangun ekosistem jaringan komunitas, institusi, dan praktik sosial yang saling menopang dan yang menggunakan platform digital sebagai salah satu alat, bukan sebagai panggung utama. Inilah, pada akhirnya, yang paling dalam diajarkan oleh warisan K.H. Ahmad Dahlan: bahwa dakwah yang bertahan bukan dakwah yang paling banyak dilihat, melainkan dakwah yang paling dalam mengubah dan perubahan itu selalu membutuhkan lebih dari sekadar layar.

Diskusi Kritis: Relevansi Kh. Ahmad Dahlan untuk Konteks Kekinian

Ada kekhawatiran yang wajar ketika sebuah artikel akademik merujuk pada tokoh yang hidup lebih dari satu abad lalu untuk membaca fenomena yang sangat

kontemporer, kekhawatiran bahwa yang sedang dilakukan adalah romantisme historis, bukan analisis yang produktif. Kekhawatiran itu perlu diambil serius, bukan diabaikan. Tapi justru di sinilah perlu ditegaskan: yang ditawarkan dalam artikel ini bukan K.H. Ahmad Dahlan sebagai ikon yang dikagumi, melainkan K.H. Ahmad Dahlan sebagai metodologi yang diuji. Perbedaan antara keduanya sangat mendasar. Mengagumi K.H. Ahmad Dahlan berarti merayakan masa lalunya; menggunakannya sebagai metodologi berarti mengekstrak logika berpikirnya dan mengujinya terhadap persoalan yang ia sendiri tidak pernah hadapi secara langsung (Skinner, 2012). Dan logika berpikir K.H. Ahmad Dahlan, bahwa dakwah harus diverifikasi melalui dampak sosial yang nyata, bahwa keimanan tidak sah jika tidak hadir dalam perbaikan kondisi kehidupan orang lain, dan itu adalah logika yang tidak kedaluwarsa hanya karena konteksnya berubah. Justru sebaliknya: dalam ekosistem di mana dakwah semakin mudah tampil tetapi semakin sulit diukur dampaknya, pertanyaan yang K.H. Ahmad Dahlan ajukan menjadi lebih mendesak, bukan kurang. (Moosa, 2005) mengingatkan bahwa tradisi intelektual Islam yang paling produktif selalu bekerja dengan cara ini, bukan dengan membekukan pemikiran tokoh dalam konteks historisnya, melainkan dengan terus mendialogkannya dengan persoalan-persoalan baru yang terus bermunculan. Itulah yang artikel ini coba lakukan dan itulah mengapa perspektif K.H. Ahmad Dahlan bukan nostalgia, melainkan sumber daya metodologis yang sah dan relevan.

Tapi kejujuran intelektual menuntut sesuatu yang lebih dari sekadar argumentasi tentang relevansi, namun ia menuntut pengakuan terhadap keterbatasan. Dan tipologi performatif-transformatif yang dibangun dalam artikel ini memiliki keterbatasan yang perlu diakui secara eksplisit. Yang paling mendasar adalah risiko dikotomi yang terlalu tajam. Realitas dakwah seperti hampir semua realitas sosial jarang sekali hadir dalam bentuk yang bersih dan terpisah. Da'i yang tampil di layar dengan konten yang dikemas menarik belum tentu tidak menghasilkan dampak transformatif; dan program sosial yang tidak menggunakan media sama sekali belum tentu benar-benar transformatif jika tidak melibatkan komunitas secara partisipatif (Freire, 1972). (Weber, 1949) sendiri, yang memperkenalkan logika "*ideal type*", sudah mengingatkan bahwa tipe ideal adalah alat analisis, bukan deskripsi realitas dan setiap penggunaan tipe ideal yang lupa akan batasan ini berisiko menghasilkan simplifikasi yang justru mengaburkan kompleksitas yang ingin dipahami. Dalam konteks ini, tipologi performatif-transformatif perlu dipahami sebagai spektrum, bukan kotak: sebagian besar dakwah kontemporer berada di suatu titik di antara kedua kutub tersebut, dan tugas analisis adalah menentukan ke mana ia lebih condong dan apa yang mendorong kecenderungan itu bukan sekadar memberi label. (Fairclough, 2003) menekankan hal serupa dalam analisis wacana kritis: kategorisasi yang berguna bukan yang memaksa realitas masuk ke dalam kotak yang sudah tersedia, melainkan yang membuka pertanyaan-pertanyaan baru tentang realitas yang sedang diteliti.

Pengakuan terhadap keterbatasan dikotomi itu membuka ruang untuk sesuatu yang lebih menarik secara teoritis: kemungkinan *hybrid* dakwah yang secara sadar dan strategis mengintegrasikan dimensi performatif dan transformatif dalam satu gerak yang koheren. Ini bukan kompromi yang melemahkan keduanya, melainkan sintesis yang memanfaatkan kekuatan masing-masing. (Castells, 2009) menunjukkan bahwa gerakan sosial yang paling efektif di era jaringan adalah mereka yang berhasil menggabungkan visibilitas di ruang digital dengan kedalaman organisasi di ruang sosial nyata menggunakan platform untuk memperluas jangkauan narasi, sementara membangun institusi dan komunitas sebagai basis perubahan yang berkelanjutan. Dalam konteks dakwah Islam Indonesia, beberapa gerakan sudah mulai bergerak ke arah ini, meski belum selalu dengan kesadaran konseptual yang eksplisit. Gerakan wakaf produktif yang menggunakan media sosial untuk penggalangan dana sekaligus membangun infrastruktur ekonomi komunitas, atau jaringan pesantren yang menggunakan platform digital untuk memperluas akses pendidikan sambil mempertahankan kedalaman pembentukan karakter, adalah contoh-contoh yang menunjukkan bahwa hibriditas ini bukan hanya mungkin secara teoritis tetapi sudah mulai terjadi secara empiris (Burhani, 2019). Yang dibutuhkan adalah kerangka konseptual yang membantu pelaku dakwah memahami apa yang sedang mereka lakukan dan di sinilah tipologi yang dibangun dalam artikel ini bisa memberikan kontribusi praktis: bukan sebagai resep, melainkan sebagai cermin reflektif yang membantu gerakan dakwah melihat dirinya sendiri dengan lebih jernih.

Implikasi dari seluruh argumentasi ini bagi gerakan Muhammadiyah dan lebih luas, bagi organisasi-organisasi Islam yang mewarisi tradisi dakwah transformatif adalah implikasi yang tidak ringan. Muhammadiyah, sebagai organisasi yang secara historis paling konsisten mewarisi logika dakwah K.H. Ahmad Dahlan, kini beroperasi dalam ekosistem yang secara struktural mendorong ke arah yang berlawanan dengan warisan itu. Tekanan untuk hadir secara masif di media sosial, untuk menghasilkan konten yang viral, untuk membangun *brand* organisasi yang kuat di ruang digital, semua ini adalah tekanan yang riil dan tidak bisa diabaikan begitu saja (Slama, 2017). Tapi jika Muhammadiyah dan organisasi sejenis merespons tekanan itu semata dengan mengadopsi logika performatif tanpa kritis, maka yang terjadi bukan modernisasi dakwah, melainkan pengkhianatan terhadap fondasi teologis yang menjadi alasan keberadaannya. (Nashir, 2007) mengingatkan bahwa krisis identitas gerakan Islam Indonesia kontemporer sering kali bukan disebabkan oleh kekurangan sumber daya atau kekurangan visibilitas, melainkan oleh ketidakjelasan orientasi dan kebingungan antara apa yang ingin ditampilkan dengan apa yang ingin diubah. Tipologi performatif-transformatif, dalam konteks ini, bukan hanya alat analisis akademik ia adalah alat evaluasi diri yang bisa digunakan oleh gerakan dakwah untuk terus-menerus memeriksa apakah praktiknya masih sejalan dengan visi yang menjadi fundasi pendiriannya. Dan pemeriksaan itu seperti yang K.H. Ahmad Dahlan lakukan terhadap dirinya sendiri dan terhadap

komunitasnya perlu dilakukan bukan sekali-sekali, melainkan secara konsisten dan tanpa basa-basi.

Akhirnya, ada agenda riset yang perlu diletakkan secara eksplisit, karena artikel ini, dengan segala kontribusinya, juga membuka lebih banyak pertanyaan daripada yang berhasil ia jawab. *Pertama*, tipologi yang dibangun di sini masih membutuhkan pengujian empiris yang sistematis: studi lapangan tentang bagaimana da'i digital Indonesia sendiri memahami dan mengartikulasikan orientasi dakwah mereka, dan apakah kategorisasi performatif-transformatif ini resonan dengan pengalaman dan refleksi mereka (Maxwell, 2013). *Kedua*, perlu kajian komparatif yang lebih luas, apakah dinamika yang sama terjadi di komunitas Muslim di negara-negara lain yang juga mengalami digitalisasi dakwah secara masif, seperti Malaysia, Turki, atau komunitas diaspora Muslim di Eropa dan Amerika Utara (Mandaville, 2010). *Ketiga* dan ini mungkin yang paling mendesak secara praktis, yaitu dibutuhkan riset yang secara khusus mengeksplorasi model-model dakwah hibrid yang sudah mulai muncul: bagaimana mereka dibangun, apa tantangan yang mereka hadapi, dan kondisi apa yang memungkinkan mereka mempertahankan orientasi transformatif di tengah tekanan ekosistem digital yang terus mendorong ke arah sebaliknya. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan itu tidak akan ditemukan dalam teks-teks klasik atau konstruksi tipologis ia hanya bisa ditemukan melalui perjumpaan langsung dengan realitas yang sedang bergerak. Dan di sinilah, pada akhirnya, warisan pemikiran K.H. Ahmad Dahlan kembali berbicara: bahwa pemikiran yang tidak mau turun ke lapangan, yang puas berdiam dalam abstraksi, belum sepenuhnya menyelesaikan tugasnya.

KESIMPULAN

Artikel ini berangkat dari satu kegelisahan mendasar: dakwah Islam kontemporer semakin mudah dilihat, tapi semakin sulit diukur dampaknya. Dari kegelisahan itulah tipologi dakwah performatif dan transformatif dibangun bukan sebagai penilaian moral atas praktik dakwah yang ada, melainkan sebagai kerangka analitis yang membantu kita membedakan antara dakwah yang bekerja pada level representasi simbolik dengan dakwah yang bekerja pada level perubahan sosial yang nyata. Dan kerangka itu, seperti yang telah diargumentasikan sepanjang artikel ini, tidak dipinjam dari luar ia diekstrak dari dalam logika dakwah K.H. Ahmad Dahlan sendiri, seorang tokoh yang cara berpikrinya tentang Islam secara konsisten menolak jarak antara kata dan tindakan, antara keimanan yang diklaim dan realitas sosial yang diabaikan.

Yang menjadi kontribusi utama artikel ini bukan sekadar tipologi itu sendiri, melainkan gestur epistemologisnya: bahwa tradisi pemikiran Islam Indonesia menyimpan sumber daya konseptual yang belum sepenuhnya digali untuk keperluan analisis kontemporer. K.H. Ahmad Dahlan bukan hanya objek sejarah ia adalah perspektif yang masih bisa bekerja, masih bisa bertanya, dan masih bisa mengganggu kenyamanan kita ketika dakwah terlalu betah berdiam di permukaan.

Tipologi yang lahir dari perspektifnya mengajak kita untuk terus-menerus mengajukan pertanyaan yang paling sederhana sekaligus paling menuntut: setelah semua konten diproduksi, setelah semua ceramah disampaikan, setelah semua angka *engagement* dihitung apa yang sungguh-sungguh berubah dalam kehidupan orang-orang yang menjadi sasaran dakwah itu?

Tentu saja artikel ini tidak mengklaim telah menjawab segalanya. Tipologi yang dibangun masih membutuhkan pengujian empiris, kajian komparatif, dan penyempurnaan konseptual yang hanya bisa lahir dari riset-riset lanjutan. Tapi justru itulah yang diharapkan: bahwa artikel ini tidak menjadi titik akhir, melainkan titik awal dari percakapan yang lebih panjang percakapan tentang apa yang sesungguhnya kita inginkan dari dakwah, dan apakah praktik yang ada hari ini sungguh-sungguh bergerak ke arah itu. Warisan terbesar K.H. Ahmad Dahlan, pada akhirnya, bukan institusi yang ia bangun atau organisasi yang ia dirikan melainkan keberaniannya untuk terus bertanya, bahkan ketika jawabannya tidak nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abaza, M. (2002). *Debates on Islam and Knowledge in Malaysia and Egypt: Shifting Worlds*. London: Routledge.
- Aberdeen, T. (2013). Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods (4th Ed.)*. The Canadian Journal of Action Research, 14, (1), 69–71. Victoria, BC: University of Victoria.
- Amin, S. M. (2008). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- An-Nabiry, F. B. (2008). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Aziz, M. A. (2016). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Azra, A. (2004). *The Origins of Islamic Reformism in Southeast Asia*. Crows Nest, NSW: Allen & Unwin.
- Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Burhani, A. N. (2019). *Islam Berkemajuan: Muhammadiyah dan Diskursus Islam Modern di Indonesia*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Campbell, H. A. (2012). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York: Routledge.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Efendy, B. (1998). *Islam and the State in Indonesia*. Singapore: ISEAS.
- Effendy, B. (2009). *Islam dan Negara: Transformasi Pemikiran dan Praktik Politik Islam di Indonesia*. Jakarta: Paramadina.
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (1999). *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press.
- El-Nawawy, M. (2009). *Islam dot Com: Contemporary Islamic Discourses in Cyberspace*. New York: Palgrave Macmillan.

- Esposito, J. L. (1983). *Islam and Politics*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 11, (1), 1-14. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Fakhruroji, M. (2019). *Dakwah di Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Freire, P. (1972). *Pedagogy of the Oppressed*. New York: Herder and Herder.
- Gadamer, H. G. (1975). *Truth and Method*. New York: Seabury Press.
- Goffman, E. (2021). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. New York: International Publishers.
- Gunawan, H. (2018). *Visi Sosial Muhammadiyah: Refleksi Pemikiran KH. Ahmad Dahlan*. Jurnal Studi Islam, 5, (2), 123-140. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Gutiérrez, G. (1988). *A Theology of Liberation: History, Politics, and Salvation*. Maryknoll, NY: Orbis Books.
- Habermas, J. (1981). *The Theory of Communicative Action, Vol. 1: Reason and the Rationalization of Society*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action, Vol. 2: Lifeworld and System*. Boston: Beacon Press.
- Hallaq, W. B. (2009). *An Introduction to Islamic Law*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hefner, R. W. (2000). *Civil Islam: Muslims and Democratization in Indonesia*. Princeton: Princeton University Press.
- Hew, W. W. (2018). *The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siauw*. Indonesia and the Malay World, 46, (134), 61–79. Abingdon: Routledge.
- Hjarvard, S. (2008). *The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change*. Northern Lights, 6, (1), 9–26. Bristol: Intellect.
- Ismail, A., & Hotman, M. (2011). *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana.
- Ismail, A., & Hotman, M. (2017). *Metodologi Dakwah: Kajian Teoretis dan Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Kuntowijoyo. (2006). *Islam Sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Lim, M. (2017). *Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and the Rise of Tribal Nationalism in Indonesia*. Critical Asian Studies, 49, (3), 411–427. Abingdon: Routledge.

- Mandaville, P. (2010). *Transnational Muslim Politics: Reimagining the Umma*. London: Routledge.
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Moosa, E. (2005). *Ghazali and the Poetics of Imagination*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Mulkhan, A. M. (1990). *Kiai Ahmad Dahlan: Jejak Pembaruan Sosial dan Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mulkhan, A. M. (2010). *Pemikiran Kyai Haji Ahmad Dahlan dan Muhammadiyah dalam Perspektif Perubahan Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nakamura, M. (1983). *The Crescent Arises over the Banyan Tree: A Study of the Muhammadiyah Movement in a Central Javanese Town*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nashir, H. (2007). *Ideologi Gerakan Muhammadiyah*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Noer, D. (1973). *The Modernist Muslim Movement in Indonesia, 1900–1942*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
- Peacock, J. L. (2024). *Purifying the Faith: The Muhammadiyah Movement in Indonesian Islam*. Berkeley: University of California Press.
- Pimay, A. (2005). *Metodologi Dakwah: Kajian Teoretis dari Khazanah Al-Qur'an*. Semarang: Rasail.
- Rahman, A., dkk. (2021). *Teologi Dakwah Ahmad Dahlan*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Ricklefs, M. C. (2001). *A History of Modern Indonesia since c. 1200 (3rd ed.)*. Stanford: Stanford University Press.
- Ricoeur, P. (1976). *Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning*. Fort Worth: Texas Christian University Press.
- Riyanto, A. D. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. London: We Are Social & Meltwater.
- Shiraishi, T. (1990). *An Age in Motion: Popular Radicalism in Java, 1912-1926*. Ithaca: Cornell University Press.
- Skinner, Q. (2012). *Visions of Politics, Vol. 1: Regarding Method*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Slama, M. (2017). *Social Media and Islamic Practice: Indonesian Ways of Being Digitally Pious*. In *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*, Singapore: ISEAS, 146–162.
- Slama, M. (2018). *Practising Islam through Social Media in Indonesia*. *Indonesia and the Malay World*, 46, (134), 39–60. Abingdon: Routledge.
- Syuja', H. M. (2009). *Islam Berkemajuan: Kisah Perjuangan K.H. Ahmad Dahlan dan Muhammadiyah Masa Awal*. Jakarta: Al-Wasat.

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 8 Nomor 6 (2026) 569 – 589 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v8i6.12330

- Van Bruinessen, M. (2013). *Contemporary Developments in Indonesian Islam: Explaining the "Conservative Turn"*. Singapore: ISEAS.
- Voll, J. O. (1982). *Islam: Continuity and Change in the Modern World*. Boulder: Westview Press.
- Weber, M. (1949). *The Methodology of the Social Sciences*. Glencoe, IL: Free Press.
- Wimberley, D. W., dkk. (2016). *Emic and Etic Perspectives on Research*. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 47, (1), 5–14. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.