



Strategi Dakwah Organisasi Aisyiyah dalam Membentuk Karakter Muslimah Berkemajuan di Kabupaten Deli Serdang

Fizria Suhada^{1*} & Muhammad Fachran Haikal²

¹²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*fizria0104223151@uinsu.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi dakwah Aisyiyah dalam membentuk karakter muslimah berkemajuan di era modern pada Cabang Percut Sei Tuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pengurus serta anggota yang terlibat aktif dalam organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan mencakup kegiatan pengajian dan pendidikan, pemanfaatan media digital seperti WhatsApp dan Instagram, pemberdayaan ekonomi melalui pelatihan usaha, serta penguatan jaringan sosial antaranggota. Implementasi strategi tersebut dilakukan secara sistematis melalui program rutin, pembagian tugas, serta musyawarah organisasi. Temuan penelitian juga mengindikasikan bahwa strategi yang dijalankan cukup efektif dalam membentuk karakter muslimah berkemajuan, yang tercermin dari meningkatnya kepercayaan diri, kemandirian, dan partisipasi aktif anggota dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan. Meskipun demikian, terdapat hambatan berupa keterbatasan waktu anggota yang sebagian besar memiliki kesibukan kerja, namun hal tersebut dapat diatasi melalui koordinasi dan evaluasi berkala. Dengan demikian, strategi dakwah Aisyiyah dinilai berkontribusi signifikan dalam membentuk karakter muslimah berkemajuan di era modern.

Kata Kunci: Aisyiyah; berkemajuan; karakter muslimah; strategi dakwah.

ABSTRACT

This study aims to examine Aisyiyah's da'wah strategy in shaping the character of progressive Muslim women in the modern era at the Percut Sei Tuan Branch. This study used a qualitative approach with data collection techniques through interviews, observation, and documentation of administrators and members actively involved in the organization. The results show that the da'wah strategy implemented includes religious study and education activities, the use of digital media such as WhatsApp and Instagram, economic empowerment through business training, and strengthening social networks among members. The implementation of this strategy is carried out systematically through routine programs, division of tasks, and organizational deliberations. The research findings also indicate that the strategy implemented is quite effective in shaping the character of progressive Muslim women, as reflected in increased self-confidence, independence, and active participation of members in various social and religious activities. However, there are obstacles in the form of limited time for members, most of whom are busy with work, but this can be overcome through coordination and regular evaluation. Thus, Aisyiyah's da'wah strategy is considered to contribute significantly to shaping the character of progressive Muslim women in the modern era.

Keywords: *Aisyiyah; dakwah strategy; muslimah character; progressive.*

PENDAHULUAN

Perkembangan era modern yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk perempuan muslimah. Digitalisasi memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi, berkomunikasi, serta memperluas partisipasi perempuan dalam ruang sosial, pendidikan, dan pemberdayaan. Namun, di sisi lain perkembangan ini juga menghadirkan tantangan baru berupa pergeseran nilai moral, pengaruh budaya luar, serta menurunnya pembinaan keagamaan yang konsisten. Kondisi tersebut menuntut perempuan muslimah untuk memiliki karakter yang kuat, adaptif, dan berlandaskan nilai-nilai Islam agar mampu menghadapi perkembangan zaman tanpa kehilangan identitas keislamannya. Selain membuka peluang, era digital juga menuntut perempuan untuk memiliki literasi, kecerdasan sosial, dan pembinaan karakter yang berkelanjutan agar mampu berperan positif dalam keluarga maupun masyarakat. (Kurniasih, 2023)

Dalam menghadapi berbagai tantangan tersebut, diperlukan peran organisasi perempuan Islam yang mampu memberikan pembinaan keagamaan, pendidikan, dan pemberdayaan secara berkelanjutan. Dakwah menjadi salah satu sarana strategis dalam membentuk karakter perempuan muslimah agar tetap berpegang pada nilai-nilai Islam di tengah arus modernisasi. Melalui pendekatan dakwah yang adaptif, perempuan tidak hanya dibekali pemahaman agama, tetapi juga diperkuat dalam aspek sosial, intelektual, dan moral. Salah satu organisasi perempuan Islam yang secara konsisten menjalankan peran tersebut adalah Aisyiyah, yang hadir sebagai gerakan dakwah perempuan Muhammadiyah dengan fokus pada pendidikan, kesejahteraan sosial, dan pemberdayaan perempuan.

berdiri cukup lama, namun tetap eksis dan kokoh sebagai gerakan dakwah islam yang mengusung prinsip amar maruf nahi munkar. Organisasi ini dikenal sebagai salah satu organisasi perempuan dalam lingkungan Muhammadiyah sekaligus menjadi pelopor organisasi perempuan di indonesia. Aisyiyah lahir di Yogyakarta pada 27 Rajab 1335 H. yang bertepatan dengan 19 Mei 1917 oleh K.H Ahmad Dahlan dan Nyai Ahmad Dahlan. Organisasi ini berfokus pada pendidikan, kesejahteraan sosial, dan pemberdayaan perempuan di indonesia.

Pada awalnya perkembangannya, kegiatan sosial Aisyiyah berfokus pada pemberian santunan anak yatim. Seiring waktu, berkembang mencakup sebagai kegiatan kemanusiaan, termasuk pemberian bantuan kepada korban bencana alam. Selain itu, Aisyiyah juga aktif dalam mendorong kesetaraan gender antara laki-laki dan perempuan. Gerakan ini muncul sebagai respons terhadap budaya patriarki yang pada masa itu membatasi peran perempuan dalam kehidupan sosial, sehingga perempuan seringkali tidak memiliki kesempatan luas untuk berpartisipasi dalam

masyarakat. Pandangan tersebut bahkan diperkuat oleh sebagian lembaga pendidikan tradisional yang menempatkan perempuan pada posisi subordinat.

Strategi dakwah yang digunakan oleh "Aisyiyah" telah dibahas dalam beberapa penelitian sebelumnya. Dalam studinya di Selat panjang ibu kota Riau, menemukan dua pendekatan utama yang digunakan oleh "Aisyiyah", yaitu dakwah bil-lisan dan bil-hal, yang digunakan dalam berbagai majelis untuk mendorong pemberdayaan perempuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas pemberdayaan secara keseluruhan (Annam&Jannah,2024). Sementara itu, Tasya Halimatusyah Diah (2022) menyelidiki strategi dakwah "Aisyiyah" di Cabang Medan Barat dari sudut pandang teori komunikasi. Dia juga menemukan bahwa bil-lisan dan bil-hal digunakan dalam lima majelis dakwah. Meskipun lokasi penelitiannya dekat (Sumatera Utara), subjek formal yang dikaji bukan pembentukan karakter, tetapi pemberdayaan perempuan. Studi ini menawarkan kebaruan dengan memusatkan perhatian pada pembentukan karakter Muslimah berkemajuan, yang secara eksplisit merujuk pada nilai-nilai Konsep Karakter Gerakan "Aisyiyah" (KGA), serta cara mengatasi tantangan yang dihadapi di era modern. Selain itu, penelitian ini memasukkan dakwah digital sebagai cara untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman.

keagamaan secara langsung. Kondisi ini menuntut adanya strategi dakwah yang adaptif, relevan, dan mampu menjangkau perempuan melalui berbagai pendekatan, baik tatap muka maupun media digital. (Usman&Din, 2025)

Namun, era digital juga menghadirkan tantangan baru, seperti meningkatnya penyebaran konten agama yang tidak terverifikasi dan isu otoritas keilmuan, sehingga strategi dakwah perlu dikembangkan secara adaptif dan kontekstual. Kondisi ini menuntut pendekatan dakwah yang lebih relevan dengan kebutuhan perempuan masa kini, baik melalui pengajian tatap muka maupun menjembatani keterbatasan waktu dan akses. Selain itu, strategi dakwah berbasis media digital terbukti lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan generasi muda jika konten dikemas sesuai karakter audiens dan platform yang digunakan. Perubahan sosial dan teknologi ini juga membuka ruang bagi perempuan dalam dakwah kontemporer, mendorong narasi keagamaan yang inklusif dan responsif terhadap dinamika masyarakat.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji peran Aisyiyah dalam dakwah perempuan antara lain mengenai pengajian rutin sebagai sarana peningkatan religiusitas perempuan, berkontribusi Aisyiyah dalam pemberdayaan ekonomi keluarga, serta peran organisasi ini dalam pendidikan perempuan. Mengenai penelitian itu sangat berkontribusi positif terhadap pembentukan karakter muslimah yang berkemajuan di era modern. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan dakwah berbasis komunitas mampu meningkatkan

pemahaman keislaman, kepedulian sosial, dan partisipasi perempuan dalam kehidupan masyarakat. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek peran umum organisasi dan belum secara spesifik membahas strategi dakwah yang diarahkan pada pembentukan karakter muslimah berkemajuan dalam konteks tantangan era modern.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kajian mengenai organisasi Aisyiyah umumnya lebih banyak berfokus pada peran pemberdayaan perempuan, pendidikan, kegiatan sosial, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sementara itu, penelitian yang secara khusus membahas strategi dakwah Aisyiyah dalam membentuk karakter muslimah berkemajuan di era modern atau era digital masih sangat minim, khususnya pada tingkat organisasi cabang. Hingga saat ini, belum banyak ditemukan penelitian yang menelaah secara mendalam bagaimana strategi dakwah Aisyiyah diimplementasikan dalam pembentukan karakter perempuan muslimah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, perubahan sosial, dan tantangan modernitas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk mengisi kekosongan kajian tersebut dengan menitikberatkan pada strategi dakwah Aisyiyah dalam membentuk karakter muslimah berkemajuan di era modern, khususnya pada Cabang Percut Sei Tuan.

Berdasarkan dari itu semua, penelitian ini berfokus pada strategi dakwah Aisyiyah Cabang Percut Sei Tuan dalam membentuk karakter muslimah berkemajuan di era modern, meliputi strategi yang digunakan, implementasi dalam kegiatan dakwah, serta efektivitasnya dalam menghadapi tantangan perkembangan zaman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah tersebut secara lebih mendalam sebagai bentuk kontribusi dalam pengembangan dakwah perempuan Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji secara mendalam strategi dakwah Aisyiyah dalam membentuk karakter muslimah berkemajuan di era modern pada cabang Percut Sei Tuan. Penelitian ini dipilih karena berfokus pemahaman proses makna serta dinamika dalam konteks sosial keagamaan yang spesifik, sehingga peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai praktik dakwah yang dilakukan organisasi Aisyiyah.

Penelitian dilaksanakan rentang waktu kurang lebih 3 bulan, yaitu mulai dari bulan Desember hingga Februari 2026. Rentang waktu tersebut meliputi tahap persiapan penelitian, pengumpulan data lapangan, pendalaman informasi melalui interaksi langsung dengan informan, serta analisis awal terhadap data yang diperoleh. Lokasi penelitian bertempat di Pimpinan Cabang Aisyiyah Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, yang menjadi pusat kegiatan dakwah, pembinaan keagamaan, serta pengembangan karakter muslimah di wilayah tersebut.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data

primer dari informan yang dipilih secara purposif, yaitu pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan dakwah Aisyiyah, ketua pimpinan cabang, muballighah, serta jamaah aktif. Pemilihan informan didasarkan pada tingkat keterlibatan, pengalaman, serta pemahaman mereka terhadap perencanaan dan pelaksanaan program dakwah Aisyiyah. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumentasi organisasi, seperti program kerja, materi dakwah, notulen kegiatan arsip foto, laporan kegiatan, serta literatur ilmiah yang relevan dengan kajian dakwah perempuan dan pembentukan karakter muslimah berkemajuan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali informasi terkait strategi dakwah, tujuan, serta dampaknya terhadap pembentukan karakter muslimah. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung pelaksanaan kegiatan dakwah dan interaksi jamaah dalam organisasi Aisyiyah. Studi dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data melalui arsip

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai informan, mencocokkan hasil wawancara dengan observasi lapangan, serta memverifikasi data melalui dokumen organisasi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki kredibilitas yang kuat dan mampu menggambarkan secara mendalam strategi dakwah Aisyiyah dalam membentuk karakter muslimah berkemajuan di era modern.

LANDASAN TEORITIS

Dakwah secara etimologis berasal dari kata Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Secara terminologis, dakwah didefinisikan sebagai aktivitas mengajak manusia kepada jalan kebenaran, baik melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan nyata, dengan tujuan membentuk pribadi yang beriman, beramal saleh, dan berkarakter mulia sesuai ajaran Islam. Sebagaimana ditegaskan oleh Munir dan Ilaihi (2006), dakwah adalah suatu proses penyelenggaraan aktivitas atau usaha yang dilakukan secara sadar dan sengaja dalam upaya meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia berdasarkan ketentuan Allah SWT. Dakwah bukan sekadar aktivitas keagamaan ritual, melainkan sebuah sistem transformasi sosial yang menyeluruh dan berkelanjutan.

Dalam khazanah keilmuan Islam, dakwah dikenal melalui tiga pendekatan utama. Pertama, dakwah bil-lisan, yakni dakwah yang dilakukan melalui ucapan, ceramah, pengajian, dan komunikasi verbal lainnya. Kedua, dakwah bil-hal, yakni dakwah yang diwujudkan melalui tindakan nyata dan keteladanan dalam kehidupan sosial. Ketiga, dakwah bil-qalam, yakni dakwah melalui tulisan dan media. Menurut Aziz (2004), ketiga pendekatan dakwah ini harus dijalankan secara

sinergis dan saling melengkapi agar pesan Islam dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara efektif dan komprehensif. Di era modern, pendekatan ini berkembang menjadi dakwah digital yang memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana penyebaran pesan keislaman secara luas dan efisien.

Strategi dakwah merupakan perencanaan dan metode yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien. Strategi dakwah yang baik harus mempertimbangkan kondisi *mad'u* (objek dakwah), konteks sosial budaya, serta perkembangan zaman. Pimay (2005) menegaskan bahwa strategi dakwah yang efektif adalah strategi yang mampu membaca situasi dan kondisi masyarakat, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang tepat, pada waktu yang tepat, kepada sasaran yang tepat.

Dalam konteks organisasi Islam modern, strategi dakwah tidak dapat dipisahkan dari prinsip manajemen yang terencana dan terorganisir. Efektivitas dakwah sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam merancang program yang relevan, mengelola sumber daya manusia secara optimal, serta melakukan evaluasi secara berkala. Saputra (2011) menjelaskan bahwa profesionalisasi manajemen dakwah merupakan keniscayaan di era modern agar lembaga dakwah mampu bersaing, bertahan, dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat. Dengan demikian, strategi dakwah yang efektif adalah yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai spiritual Islam dengan prinsip-prinsip manajemen modern secara harmonis.

Organisasi perempuan Islam memiliki peran strategis dalam pemberdayaan muslimah, baik dari aspek keagamaan, pendidikan, maupun sosial-ekonomi. Dalam perspektif sosiologi Islam, organisasi semacam ini berfungsi sebagai agen transformasi sosial yang bertugas membentuk kesadaran keagamaan, memperkuat identitas keislaman, sekaligus mendorong partisipasi aktif perempuan dalam kehidupan bermasyarakat. Ropi (2017) menyatakan bahwa organisasi perempuan Islam yang kuat dan terstruktur merupakan salah satu pilar penting dalam mewujudkan masyarakat Islam yang berkeadilan, berkesetaraan, dan berdaya secara sosial-ekonomi.

Aisyiyah sebagai organisasi perempuan Islam terbesar di Indonesia telah lama menjadi model pemberdayaan muslimah yang komprehensif. Sejak berdiri pada 1917, Aisyiyah konsisten menjalankan misi dakwah perempuan yang berlandaskan prinsip *amar ma'ruf nahi munkar* melalui pendidikan, kesehatan, kesejahteraan sosial, dan pemberdayaan ekonomi. Nashir (2010) mengungkapkan bahwa Aisyiyah telah berhasil membuktikan diri sebagai gerakan perempuan Islam yang tidak hanya bergerak dalam ranah keagamaan, tetapi juga menjadi kekuatan sosial yang mendorong kemajuan perempuan Indonesia secara berkelanjutan. Pendekatan holistik ini menjadikan Aisyiyah tidak hanya sebagai lembaga

keagamaan, tetapi juga sebagai gerakan sosial perempuan yang progresif dan berkemajuan.

Konsep muslimah berkemajuan merupakan gagasan khas Aisyiyah yang merujuk pada sosok perempuan muslim yang memiliki keseimbangan antara dimensi spiritual, intelektual, dan sosial. Perempuan berkemajuan dalam pandangan Aisyiyah dicirikan oleh tujuh karakter utama, yaitu beriman dan bertakwa, taat beribadah, berakhlak mulia, berpola pikir tajdid, gemar beramal saleh, bersikap wasatiyah, serta inklusif dalam berinteraksi sosial. Menurut Pimpinan Pusat Aisyiyah (2015), perempuan berkemajuan adalah perempuan yang mampu mengintegrasikan keimanan yang kokoh dengan kecakapan intelektual dan kepekaan sosial, sehingga mampu berkontribusi nyata bagi kemajuan umat dan bangsa.

Karakter *wasatiyah* menjadi landasan teologis yang kuat dalam konsep ini, merujuk pada posisi moderat yang menolak ekstremisme sekaligus terbuka terhadap keberagaman. Shihab (2020) menjelaskan bahwa *wasatiyah* dalam Islam bukan berarti sikap abu-abu atau tidak tegas, melainkan sikap yang adil, proporsional, dan berimbang dalam memandang setiap persoalan kehidupan berdasarkan nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah. Sementara itu, semangat tajdid mendorong muslimah untuk terus berinovasi dan beradaptasi terhadap perkembangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai keislaman yang fundamental.

Pembentukan karakter dalam Islam merupakan proses internalisasi nilai-nilai Islami yang dilakukan secara berkelanjutan melalui pendidikan, pembiasaan, dan keteladanan. Muhaimin (2012) menegaskan bahwa internalisasi nilai dalam pendidikan Islam bukanlah proses yang instan, melainkan proses yang panjang dan berkelanjutan yang melibatkan aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik secara terpadu. Proses ini melibatkan tiga tahapan utama, yakni transformasi, transaksi, dan transinternalisasi nilai.

Pendekatan pembiasaan (*habit forming*) menjadi metode yang terbukti efektif dalam pembentukan karakter. Lickona (1991) menyatakan bahwa karakter yang kuat tidak terbentuk secara alamiah, melainkan dibangun melalui kebiasaan yang dilakukan berulang-ulang hingga menjadi bagian integral dari kepribadian seseorang. Teori pembelajaran sosial Bandura (1977) juga menegaskan bahwa keteladanan dan observasi terhadap perilaku orang lain dalam lingkungan sosial merupakan faktor paling determinan dalam pembentukan karakter dan kepribadian individu. Oleh karena itu, lingkungan organisasi yang kondusif dan suportif menjadi prasyarat penting bagi keberhasilan proses pembentukan karakter muslimah.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap dakwah secara signifikan. Media digital seperti WhatsApp, Instagram, dan

Facebook kini menjadi sarana dakwah yang strategis. Romli (2018) menyatakan bahwa media sosial telah membuka peluang baru bagi aktivitas dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, lebih beragam, dan lebih muda, yang sebelumnya sulit dijangkau melalui pendekatan konvensional. Dakwah digital terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan, khususnya di kalangan generasi muda, apabila konten dikemas secara kontekstual dan sesuai karakteristik platform.

Namun, era digital juga menghadirkan tantangan tersendiri. Castells (2009) memperingatkan bahwa di tengah arus informasi digital yang tak terbendung, otoritas pengetahuan menjadi semakin terdistribusi dan sulit diverifikasi, sehingga menuntut setiap individu memiliki literasi digital dan kemampuan berpikir kritis yang memadai. Kondisi ini menuntut organisasi dakwah untuk mengembangkan strategi dakwah digital yang tidak hanya efektif, tetapi juga kredibel dan terverifikasi. Effendi (2025) menambahkan bahwa dakwah di era digital bukan sekadar memindahkan konten konvensional ke platform digital, tetapi menuntut kreativitas, inovasi, dan kepekaan terhadap dinamika audiens yang terus berubah. Dengan demikian, dakwah digital merupakan ikhtiar strategis dalam menjawab tantangan modernitas sekaligus mempertahankan otentisitas nilai-nilai Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pimpinan Cabang 'Aisyiyah (PCA) Percut Sei Tuan

Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Percut Sei Tuan adalah organisasi otonom Muhammadiyah yang berfokus pada pemberdayaan perempuan di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Berdasarkan wawancara dengan Ketua PCA, Ibu Dakwati, cabang ini merupakan hasil pemekaran dari PCA Bantan Selamat pada tahun 2017, yang melahirkan dua cabang baru: PCA Percut Sei Tuan dan PCA Medan Tembung. Saat ini, PCA Percut Sei Tuan menjadi cabang independen dengan enam ranting, yaitu Ranting Pasar 9 (ranting tertua), Ranting Pasar 7, Ranting Medan Estate, Ranting Pasar 4, Ranting Setia Khalipah, dan Ranting Pasar Sambirejo Timur.

Pemekaran dan perluasan wilayah ini menunjukkan kemampuan organisasi beradaptasi memenuhi kebutuhan komunitas setempat. Hal ini sejalan dengan konsep sinergisme kelembagaan yang dikemukakan Alif, Oktarina, dan Zainal (2021) dalam Jurnal Sosiologi Andalas, yang menekankan bahwa kemampuan lembaga memperluas cakupan layanan memungkinkan fungsi sosial dijalankan secara lebih efektif dan menyeluruh. PCA Percut Sei Tuan memiliki struktur kelembagaan terdiri dari tujuh majelis dan tiga lembaga sebagai landasan operasional mencapai tujuan organisasi. Ketujuh majelis tersebut meliputi: Majelis

Pendidikan Pauddasmen (pendidikan), Majelis Kesehatan (layanan kesehatan), Majelis Tabligh dan Ketarjihan (ceramah dan pengajian), Majelis Ekonomi (pemberdayaan ekonomi), dan Majelis Kesejahteraan Sosial (program santunan duafa dan anak yatim).

Struktur yang lengkap ini berfungsi bukan sekadar formalitas, melainkan sebagai fondasi strategis. Sesuai teori Mesiono dalam Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, struktur organisasi yang terdefinisi baik merupakan komponen internal penting yang berkontribusi besar pada pencapaian tujuan karena memungkinkan koordinasi efektif dan lingkungan kerja produktif. Masing-masing majelis dan lembaga menjalankan program sesuai bidangnya dengan menjalin kolaborasi untuk mengembangkan sosok perempuan berkemajuan. Kolaborasi ini merupakan perwujudan nyata kerja sama kelembagaan, sebagaimana ditekankan Sumiyana dan Komariyah (2024) bahwa membangun sinergi antar bagian organisasi sangat penting untuk memastikan program berjalan optimal. Dengan mekanisme kerja sama yang solid, setiap unit tidak bergerak parsial, tetapi saling menguatkan untuk mencapai dampak lebih besar dan terpadu dalam mewujudkan visi "perempuan berkemajuan" di wilayah Kecamatan Percut Sei Tuan.

Strategi Dakwah PCA Percut Sei Tuan dalam Membentuk Karakter Muslimah Berkemajuan

Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Percut Sei Tuan menerapkan tiga strategi dakwah utama dalam membentuk karakter Muslimah berkemajuan, yaitu dakwah bil-lisan, dakwah bil-hal, dan dakwah digital. Ketiga strategi ini dijalankan secara terintegrasi untuk menjawab tantangan era modern sekaligus mempertahankan nilai-nilai keislaman yang berkemajuan.

Pertama, Strategi Dakwah *Bil- Lisan* melalui Pendidikan dan Pengajian

Strategi dakwah *bil lisan* yang dilakukan secara terstruktur dan kontekstual diwujudkan melalui kegiatan pengajian rutin di berbagai tingkatan organisasi, mulai dari cabang hingga ranting, termasuk pengajian khusus pimpinan yang dilaksanakan secara berkala. Pendekatan ini tetap relevan karena menekankan interaksi langsung antara pendakwah dan jamaah, sehingga proses penyampaian pesan keagamaan dapat berlangsung lebih efektif dan komunikatif. Sejalan dengan itu, penelitian Alfikri dan Rosidi (2021) dalam Jurnal Idarotuna menjelaskan bahwa dakwah bil lisan mencakup berbagai bentuk kegiatan seperti halaqah, tabligh akbar, dan kajian rutin yang berfungsi sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam secara sistematis dan berkelanjutan.

Dalam praktiknya, pengajian tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian materi keagamaan, tetapi juga menjadi wadah implementasi

program-program dari masing-masing majelis. Ketua Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Percut Sei Tuan, Ibu Dakwati, menegaskan bahwa materi yang disampaikan dalam pengajian selalu disesuaikan dengan kebutuhan serta kondisi jamaah, sehingga dakwah menjadi lebih kontekstual dan tepat sasaran. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan tidak bersifat kaku, melainkan adaptif terhadap dinamika sosial yang dihadapi oleh anggota.

Selain itu, peran mubalighah menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah bil lisan. Mubalighah tidak hanya berfungsi sebagai penyampai materi, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam pembinaan keagamaan perempuan. Mardiyah Matondang, seorang mubalighah yang telah lama mengabdikan, menekankan bahwa keberadaan mubalighah merupakan pilar utama dalam keberlangsungan dakwah. Hal ini diperkuat oleh penelitian Khasanah dan Fauri (2021) dalam Jurnal Studi Islam dan Kemasyarakatan yang menyatakan bahwa proses kaderisasi mubalighah melalui majelis tabligh berperan signifikan dalam membentuk kepemimpinan perempuan yang berlandaskan nilai-nilai spiritual.

Dalam penyampaian materi, para mubalighah menggunakan pendekatan komunikatif dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, sehingga dapat menjangkau berbagai lapisan jamaah dengan latar belakang pendidikan yang beragam. Strategi ini menjadi penting untuk memastikan bahwa pesan dakwah tidak hanya tersampaikan, tetapi juga dipahami dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, dakwah bil lisan melalui pendidikan dan pengajaran tidak hanya berfungsi sebagai proses transfer ilmu, tetapi juga sebagai upaya pembentukan karakter muslimah yang berkelanjutan.

Kedua, Strategi Dakwah *Bil- Hal* melalui Pemberdayaan Sosial dan Ekonomi

Strategi dakwah bil hal yang bersifat memberdayakan diwujudkan melalui berbagai program pemberdayaan serta kegiatan sosial kemasyarakatan yang melibatkan partisipasi aktif anggota. Pendekatan ini menekankan tindakan nyata sebagai bentuk implementasi nilai-nilai dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Erviyanti (2021) dalam penelitiannya di IAIN Kudus menjelaskan bahwa dakwah bil hal merupakan bentuk dakwah yang dilakukan melalui aksi konkret dengan melibatkan unsur dai, mad'u, dan materi dakwah dalam program pemberdayaan komunitas. Pendekatan ini terbukti mampu mendorong lahirnya perempuan yang lebih disiplin, inovatif, kreatif, dan produktif, sekaligus memperkuat hubungan sosial antaranggota.

Dalam pelaksanaannya, seluruh program dakwah dijalankan dengan prinsip kolektif kolegial yang mengedepankan nilai kebersamaan melalui musyawarah dalam rapat-rapat yang terjadwal. Ketua Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Percut

Sei Tuan, Ibu Dakwati, menegaskan bahwa setiap kebijakan dan kegiatan yang dilaksanakan merupakan hasil keputusan bersama yang mendapat dukungan penuh dari organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dakwah tidak hanya berorientasi pada hasil, tetapi juga pada proses yang partisipatif dan demokratis.

Partisipasi aktif jamaah juga menjadi indikator keberhasilan dakwah bil hal. Hal ini tercermin dari pengalaman Ibu Zulfaridah Lubis, yang telah bergabung sejak tahun 1995, yang menyatakan keterlibatannya dalam berbagai program seperti pengajian rutin dan tematik, penguatan pemahaman keislaman, kegiatan bakti sosial, pemberdayaan ekonomi, hingga pelatihan keluarga sakinah. Keberagaman program tersebut menunjukkan bahwa dakwah bil hal tidak hanya berfokus pada aspek spiritual, tetapi juga mencakup dimensi sosial, ekonomi, dan penguatan kapasitas keluarga.

Sejalan dengan itu, penelitian Syahputri (2021) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menegaskan bahwa pemberdayaan ekonomi merupakan bagian penting dari dakwah bil hal, yang meliputi peningkatan kapasitas perempuan, transformasi budaya yang mendukung kepentingan perempuan, serta pengembangan program ekonomi yang adaptif terhadap kebutuhan dan dinamika masyarakat modern. Dengan demikian, strategi dakwah bil hal tidak hanya berperan sebagai sarana penyampaian nilai, tetapi juga sebagai upaya nyata dalam membangun kemandirian dan kesejahteraan perempuan secara berkelanjutan.

Ketiga, Strategi Dakwah melalui Media Digital

Strategi dakwah digital sebagai respons terhadap perkembangan era modern diwujudkan melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana dakwah yang strategis. Ketua Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Percut Sei Tuan, Ibu Dakwati, menjelaskan bahwa organisasi secara konsisten memanfaatkan grup WhatsApp sebagai media komunikasi utama, serta mengelola akun media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menyebarluaskan informasi terkait berbagai kegiatan. Optimalisasi media digital ini bertujuan untuk memperluas jangkauan dakwah serta mempercepat penyebaran informasi kepada jamaah secara lebih efektif dan efisien.

Lebih lanjut, Mardiyah Matondang menyatakan bahwa penggunaan media digital, khususnya grup WhatsApp, telah diterapkan secara merata di seluruh tingkatan organisasi, mulai dari ranting hingga cabang. Grup-grup tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media dakwah melalui penyebaran materi keagamaan dan informasi kegiatan secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa media digital telah menjadi bagian integral dalam mendukung aktivitas dakwah di lingkungan organisasi.

Menariknya, jamaah menunjukkan respons yang positif terhadap penerapan dakwah digital. Mereka merasa lebih mudah mengakses materi keagamaan tanpa harus hadir secara langsung, serta dapat membaca dan merespons konten yang dibagikan sesuai dengan waktu yang dimiliki. Kondisi ini mencerminkan adanya peningkatan partisipasi jamaah dalam kegiatan dakwah berbasis digital.

Sejalan dengan itu, penelitian Syaifuddin dan Muhid (2021) dalam Jurnal Alhadharah UIN Antasari menegaskan bahwa dakwah melalui media digital memiliki tingkat efektivitas yang tinggi, terutama karena intensitas penggunaan media sosial yang mampu menjangkau audiens secara luas serta mendorong penerapan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, pemanfaatan media digital menjadi strategi penting dalam memperkuat dakwah di era modern yang semakin dinamis.

Internalisasi Karakter Muslimah Berkemajuan dalam Dakwah

PCA Percut Sei Tuan memiliki visi membangun muslimah berkemajuan yang berakhlak mulia, beriman teguh, dan terus meningkatkan kapasitas diri melalui pendidikan, dakwah, dan aktivitas sosial. Konsep ini bersifat holistik, menggabungkan aspek vertikal (hubungan dengan Allah) dan horizontal (hubungan sosial), sejalan dengan gagasan nasional Aisyiyah tentang perempuan yang mandiri, pintar, dan amanah (Qurotul'Aeni, 2022). Internalisasi pemahaman ini merata di seluruh tingkatan organisasi, dari pimpinan hingga anggota seperti Zulfaridah Lubis yang menekankan harmoni antara ketakwaan vertikal dan kepedulian horizontal.

Dalam implementasinya, PCA berpedoman pada tujuh karakter perempuan berkemajuan: beriman dan bertakwa, taat beribadah, berakhlak mulia, berpola pikir tajdid (inovatif), gemar amal saleh, bersikap wasatiah (moderat), dan inklusif. Karakter wasatiah memiliki landasan teologis yang kokoh, merujuk pada posisi moderat yang toleran terhadap keberagaman (Andri Nirwana dkk., 2023; Woodward, 2021). Mubalighah Mardiah Matondang secara konsisten menanamkan ketujuh karakter ini dalam setiap materi dakwah, menunjukkan komitmen PCA membangun kader perempuan unggul secara spiritual, intelektual, dan sosial.

Proses pembentukan karakter dilakukan melalui pendekatan pembiasaan dan keteladanan yang dimulai dari keluarga. Nilai-nilai disosialisasikan melalui pengajian, kemudian didampingi dan diintegrasikan ke dalam pendidikan keluarga. Metode ini efektif karena nilai ditanamkan melalui pembiasaan teratur, spontan, dan panutan (Masudatik, 2022). Pendekatan PCA merefleksikan tiga tahap internalisasi nilai: transformasi (pemahaman melalui pengajian), transaksi (dialog melalui pendampingan), dan transinternalisasi (penghayatan melalui partisipasi

langsung dalam kegiatan organisasi). Dengan melibatkan anggota secara aktif, PCA tidak hanya mengajarkan konsep tetapi membangun pengalaman praktis yang membentuk kepribadian tangguh, sejalan dengan teori pembelajaran sosial tentang pentingnya keteladanan dan partisipasi aktif (Fajriati & Prastiani, 2022).

Efektivitas Strategi Dakwah dalam Membentuk Karakter Muslimah Berkemajuan

Efektivitas strategi dakwah yang diterapkan oleh Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Percut Sei Tuan dapat dilihat dari perubahan sikap dan perilaku anggota yang menunjukkan arah positif. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua PCA, Ibu Dakwati, keterlibatan anggota dalam kegiatan pendidikan, pengajian, dan aktivitas sosial memberikan dampak nyata berupa meningkatnya kepercayaan diri, kemandirian, serta partisipasi aktif dalam organisasi dan kehidupan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang dilakukan tidak hanya berdampak pada aspek afektif (sikap), tetapi juga pada aspek psikomotorik (keterampilan sosial) anggota. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ritonga (2021) yang menunjukkan bahwa keterlibatan aktif dalam organisasi dakwah berkorelasi dengan terbentuknya akhlak yang baik serta meningkatnya kepedulian sosial.

Efektivitas tersebut juga terlihat dari perubahan perilaku keseharian jamaah. Mardiyah Matondang menjelaskan bahwa terjadi peningkatan dalam berbagai aspek, seperti cara berpakaian yang lebih sesuai syariat, pola komunikasi yang lebih santun, serta peningkatan kualitas ibadah. Jamaah juga mulai membiasakan praktik ibadah yang sebelumnya jarang dilakukan, seperti salat tahiyatul masjid. Selain itu, keberanian dan rasa tanggung jawab anggota mengalami peningkatan, yang ditunjukkan melalui keaktifan dalam bertanya, kesiapan menerima amanah, serta keterlibatan dalam kegiatan organisasi. Hal ini mengindikasikan bahwa dakwah tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Dari sisi pengalaman personal, anggota seperti Zulfaridah Lubis mengungkapkan adanya perubahan signifikan setelah mengikuti kegiatan dakwah Aisyiyah, seperti meningkatnya kesabaran, kedisiplinan dalam beribadah, serta kepedulian terhadap sesama. Perubahan yang paling dirasakan adalah ketenangan batin serta meningkatnya rasa percaya diri, terutama dalam berinteraksi dan berkontribusi di lingkungan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah tidak hanya tampak secara eksternal, tetapi juga dirasakan secara internal sebagai bentuk transformasi spiritual.

Keberhasilan dakwah juga didukung oleh tingginya tingkat keterlibatan anggota dalam kegiatan organisasi. Partisipasi aktif tersebut didorong oleh pengalaman positif yang diperoleh anggota, baik secara spiritual maupun sosial.

Anggota merasakan bahwa keterlibatan dalam Aisyiyah mampu memenuhi kebutuhan keagamaan sekaligus kebutuhan sosial, sehingga menumbuhkan motivasi untuk terus berkontribusi. Selain itu, adanya suasana kekeluargaan yang kuat dalam organisasi turut memperkuat rasa memiliki dan loyalitas anggota. Hal ini sejalan dengan pendapat Widiyasari dan Suarya (2022) yang menyatakan bahwa rasa memiliki merupakan indikator penting dalam mengukur tingkat keterlibatan seseorang dalam organisasi.

Dengan demikian, strategi dakwah yang diterapkan oleh PCA Percut Sei Tuan dapat dikatakan efektif dalam membentuk karakter muslimah berkemajuan. Efektivitas ini tercermin dari perubahan perilaku, peningkatan kualitas ibadah, berkembangnya kepercayaan diri, serta tingginya partisipasi dan loyalitas anggota. Hal tersebut menunjukkan bahwa integrasi antara dakwah bil lisan, bil hal, dan dakwah digital mampu memberikan dampak yang signifikan baik secara individu maupun sosial.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Percut Sei Tuan menerapkan strategi dakwah secara integratif melalui tiga pendekatan utama, yaitu dakwah bil lisan, bil hal, dan dakwah digital. Dakwah bil lisan dilaksanakan melalui pengajian rutin dengan pendekatan kontekstual, dakwah bil hal diwujudkan melalui program pemberdayaan ekonomi dan kegiatan sosial, sedangkan dakwah digital dilakukan melalui pemanfaatan media seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk memperluas jangkauan dakwah.

Implementasi strategi tersebut dilakukan secara terstruktur melalui pembiasaan, keteladanan, serta keterlibatan aktif anggota dalam berbagai kegiatan organisasi yang mendorong internalisasi nilai-nilai karakter muslimah berkemajuan. Proses ini membentuk keseimbangan antara aspek keimanan, akhlak, serta kecakapan sosial dalam kehidupan anggota.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan efektif dalam membentuk karakter anggota, yang ditandai dengan meningkatnya kepercayaan diri, kualitas ibadah, kepedulian sosial, serta partisipasi aktif dalam kegiatan organisasi dan masyarakat. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan waktu pengurus, heterogenitas latar belakang jamaah, serta faktor psikologis anggota, yang diatasi melalui pendekatan persuasif dan penguatan nilai keikhlasan.

Dengan demikian, strategi dakwah PCA Percut Sei Tuan relevan dengan perkembangan era modern serta mampu membentuk karakter muslimah berkemajuan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfikri, & Rosidi, I. 2021. Aktivitas Dakwah di Kalangan Anak Muda Muslim Pekanbaru. *Idarotuna: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, 3(2), 99-112.
- Ali, M., Budyastomo, A. W., & Harun, M. H. 2021. The Impact of Social Media for the Development of Da'wah in Indonesia. *RELIGIA*, 24(1), 85-102.
- Alif, M. I., Oktarina, N., & Zainal, Z. 2021. Sinergisme Kelembagaan dalam Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 7(2), 120-132.
- Anam, A. M., & JANNAH, N. (2022). Patterns of Empowerment of Salimah Dakwah Institutions in Improving the Quality of Women in Selatpanjang Regency of Meranti Islands, Riau Province. *Jurnal Bina Ummat*, 5(1), 83–94. <https://doi.org/10.38214/jurnalbinaummatstidnatsir.v5i1.135>
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu dakwah*. Kencana Prenada Media Group.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Dakwah Transformatif Kiai (Studi terhadap Gerakan Transformasi Sosial KH. Abdurrahman Wahid). 2021. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 39(1).
- Diah, T. H. 2022. Strategi Dakwah ‘Aisyiyah Cabang Medan Barat dalam Meningkatkan Pemberdayaan Perempuan. *Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Effendi, D. I. (2025). *Sosiologi dakwah: Pendekatan teoretis dan praktis pada era digital*. Simbiosis Rekatama Media.
- Effendi, D. I. 2025. *Sosiologi Dakwah: Pendekatan Teoretis dan Praktis pada Era Digital*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Erviyanti, F. A. 2021. Pemberdayaan Perempuan Melalui Program Bank Sampah Oleh PKK Sebagai Dakwah Bil Hal di Desa Tunahan, Kecamatan Keling, Kabupaten Jepara [Undergraduate thesis, IAIN Kudus].
- Khasanah, U., & Fauzi, A. 2021. Strategi Aisyiyah dalam Mencetak Kader Pemimpin Perempuan Berbasis Spiritualitas. *Jurnal Studi Islam dan Kemasyarakatan*, 9(2), 145-160.
- Kurniasih, N. (2023). Pemberdayaan Perempuan di Era Digital Bunda Cerdas Cakap Digital. *Communnity Development Journal*, 6005.
- Kusnawan, A., & Rustandi, R. 2021. Menemukan Moderasi Beragama dalam Kaderisasi Dakwah: Kajian pada Pemuda Persatuan Islam Jawa Barat. *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 5(1), 1-18.
- Lickona, T. (1991). *Educating for character: How our schools can teach respect and responsibility*. Bantam Books.
- Marwantika, A. I. 2021. Persuasive and Humanist Da'wa Message on the Gus Mus'

- @s.kakung Instagram Account during the COVID-19 Pandemic. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(1).
- Masudatik, M. (2022). Model Pendidikan Karakter dengan Pendekatan Pembiasaan (Habit Forming): Studi Kasus Model Pembiasaan Dengan Kegiatan Religi di MA Sultan Agung Kecamatan Sukolilo Kabupaten Pati. *QUALITY*, 10(1), 153–153. <https://doi.org/10.21043/quality.v10i1.12558>
- Mesiono, M., Ningsih, A. D., Hanum, R., & Ariani, D. R. (2023). Implementasi Manajemen Organisasi di Stais Al-Ishlahiyah Binjai. *Journal on Education*, 5(3), 8350–8361. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1623>
- Mu'alimi, M. I. 2021. Manajemen Dakwah Takmir Masjid dalam Merawat Keragaman Organisasi Masyarakat Islam (Studi Kasus Masjid Agung Baitussalam Purwokerto Jawa Tengah) [Skripsi, IAIN Purwokerto].
- Muhaimin. (2012). *Paradigma pendidikan Islam: Upaya mengefektifkan pendidikan agama Islam di sekolah*. Remaja Rosdakarya.
- Muhammadiyah.or.id. 2021. Lima Karakter 'Aisyiyah yang Harus Senantiasa Dijaga dan Dirawat.
- Mumpuni, H. 2021. Problematika Da'i Perempuan Muslimat NU Ranting Gentasari [Skripsi, IAIN Purwokerto].
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2006). *Manajemen dakwah*. Kencana Prenada Media Group.
- Nashir, H. (2010). *Muhammadiyah gerakan pembaruan*. Suara Muhammadiyah.
- Nirwana, A., Suri, S., Akhyar, S., Amin, M., Hidayat, S., & Junaedi, D. 2023. Exploration of Wasatiyah Diction to Realize Sustainable Tolerance Between Religious Communities: A Study of the Translation of the Quran of the Ministry of Religious Affairs of The Republic of Indonesia. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e2148.
- Pimay, A. (2005). *Paradigma dakwah humanis: Strategi dan metode dakwah Prof. KH. Saifuddin Zubri*. RaSAIL.
- Pimpinan Pusat Aisyiyah. (2015). *Tanfidz keputusan Muktamar Aisyiyah ke-47: Perempuan berkemajuan mencerahkan peradaban*. PP Aisyiyah.
- Purwani, D. A. 2022. Communication for Empowerment Through Virtual Philanthropy to Build an Islamic Creative Economy. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(2), 211-242.
- Qurotul'Aeni. 2022. Gagasan Perempuan Berkemajuan (Studi Kesetaraan Gender Pada Organisasi Aisyiyah) [Undergraduate thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Ritonga, R. A. 2021. Efek Mengikuti Organisasi Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Terhadap Tingkah Laku Mahasiswa UIN SU Medan [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan].
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa

Cendekia.

- Ropi, I. (2017). *Religion and regulation in Indonesia*. Palgrave Macmillan.
- Sainuddin, I. H., Nurasia, N., Yudhaningtyas, N., & Hidayah, N. 2023. Media Sosial Sebagai Penunjang Kegiatan Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *DAKWATUN: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(1), 1-12.
- Saputra, W. (2011). *Pengantar ilmu dakwah*. Rajawali Press.
- Sarwan, S. 2020. Penggerakan pelaku dakwah pada himpunan Da'i dan Muballigh Kota Bukittinggi. *AL-HIKMAH: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Shihab, M. Q. (2020). *Wasathbiyyah: Wawasan Islam tentang moderasi beragama*. Lentera Hati.
- Siswanto, S. 2021. Dakwah bil medsos min manual ila digital. *An-Nashiba: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 1(2), 54-61.
- Siti, M. Y. 2021. Dakwah media sosial dalam literasi pesantren. *An-Nashiba: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 1(2), 62-68.
- Sumiyana, S., Wivaqussaniyyah, C., Darwin, M., & Hadna, A. H. 2022. Collaborative Governance dalam Program Penanggulangan Kemiskinan di Kabupaten Sleman. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 25(3), 250-265.
- Syahputri, N. A. 2021. Organisasi Perempuan Islam dan Pemberdayaan Perempuan di Bidang Ekonomi pada Masa Pandemi Covid 19 di Provinsi DIY [S1 thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta].
- Syaifuddin, S., & Muhid, A. (2021). Efektivitas pesan dakwah di media sosial terhadap religiusitas masyarakat Muslim: Analisis literature review. *Albadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17–28.
- Syaifuddin, S., & Muhid, A. 2021. Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review. *Albadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17-28.
- Wibowo, A. 2021. Dakwah Berbasis Media dan Komunikasi Visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 2(2).
- Widiyadari, N. K. T. U., & Suarya, L. M. K. S. (2022). Hubungan rasa memiliki pada organisasi dan konformitas terhadap partisipasi perempuan dalam sekaa teruna teruni di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 9(1), 94–94. <https://doi.org/10.24843/jpu.2022.v09.i01.p10>
- Woodward, M. 2021. Making Modern Muslim Women: The 'Aisyiyah-Muhammadiyah Madrasah Perempuan Berkemajuan Program. *Journal of 'Aisyiyah Studies*, 1(1), 1-18.