



Muhammadiyah
GERAKAN ISLAM BERKEMAJUAN

Modul Integrasi Nilai Dakwah dalam Reputasi Digital

Tujuan Umum :

- Peserta memahami dan mampu mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam membangun dan menjaga reputasi pribadi maupun Muhammadiyah.
- Peserta mampu memahami Psikologi Internet untuk dakwah kontemporer Muhammadiyah
- Peserta mampu melakukan pemetaan potensi media
- Peserta mampu memilih narasi konten yang sesuai nilai-nilai Dakwah Muhammadiyah





edwinukis 11 mg

menyaksikan 2 orang berlomba pahala. Si Ibu mau sedekah keset ke mushala. Si Koko yg bayarin kesetnya. ❤️

Balas

❤️
326



gund_couture68 11 mg

Masyaallah...buat MUSHOLA ❤️ ...,
BERUNTUNGLAH KOKO...😍

Balas

❤️
4



nindianova 11 mg

Ibuk ny udah Niat mau sedekah keset utk mushollah, tiba2 lgsg dibalas Allah melalui Koko dgn gratiskan barang yg dibeli ny. Alhamdulillah 2 org hebat nan dermawan 😍

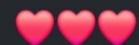
Balas

❤️
245

Lihat 1 balasan lainnya



iniilangit 6 hari



Balas

❤️



dian_indra_rukmana 11 mg

Masyaallah bu guru Sd ku tercinta, bu siti rochaya, beliau guru favorit ku, guru yg sabar sekali dengan muridnya, baru beberapa waktu yang lalu teringat beliau, mempertanyakan kabarnya beliau sekarang seperti apa, Alhamdulillah lewat video ini rinduku terbayarkan 😍😍

Balas

❤️
2649

Lihat 21 balasan lainnya



lailanafida 11 mg

Gimana karyawannya ga berattitude bagus lha wong panutannya (bosnya) aja se santun itu ❤️

Balas

❤️
2319

Lihat 6 balasan lainnya



aditiaap_ 11 mg

"keset buat mushola" 😞😞 hal kecil yang mungkin gak kepikiran sama kita, padahal itu bisa jadi ladang amal jariyah jugaaa 😞 Barakallah nggehh bukk

Balas

❤️
1559



**MUHAMMADIYAH
ADALAH
BRAND**



BRAND ICEBERG



BRAND EXPRESSION

(What people see)

LOGOS
COLORS
FONTS
PHOTOGRAPHY
ILLUSTRATIONS

BRAND STRATEGY

(What people don't see)

MISSION & VISION
VALUES
PERSONALITY
POSITIONING
TONE & VOICE
MESSAGING
AUDIENCE
ATTRIBUTES
EXPERIENCE



**APAKAH MUHAMMADIYAH BAIK-BAIK
SAJA?**



Pertanyaan

Apa yang terlintas di pikiran ketika mendengar istilah “REPUTASI DIGITAL” khususnya Muhammadiyah?



Pertanyaan

Siapa yang seharusnya bertanggung jawab terhadap REPUTASI organisasi?





Pertanyaan

**Apakah semua unsur di dalam
Muhammadiyah sudah SADAR tentang
REPUTASI?**



Konsep

- **Konsep Dasar Reputasi**
- Reputasi adalah **penilaian atau persepsi yang terbentuk terhadap individu, kelompok, organisasi, atau produk** berdasarkan tindakan, perilaku, atau kinerja di masa lalu. Reputasi bersifat **kolektif** karena dibentuk oleh opini, pandangan, dan pengalaman dari pihak lain, seperti masyarakat, pelanggan, mitra bisnis, atau media.

Karakteristik

- **Bersifat eksternal:** Reputasi bukan apa yang diklaim oleh seseorang, melainkan apa yang dipersepsikan oleh orang lain.
- **Dibangun dari waktu ke waktu:** Reputasi terbentuk secara bertahap melalui pengalaman dan interaksi.
- **Sulit dibangun, mudah rusak:** Membangun reputasi yang baik memerlukan waktu dan konsistensi, sedangkan satu kesalahan besar bisa merusaknya.
- **Tidak sepenuhnya dapat dikontrol:** Walaupun seseorang atau organisasi bisa memengaruhi reputasi mereka, tetap saja reputasi tergantung pada bagaimana orang lain menilainya.
- **Memiliki dampak sosial dan ekonomi:** Reputasi memengaruhi kepercayaan, kredibilitas, bahkan peluang bisnis atau sosial.

Komponen

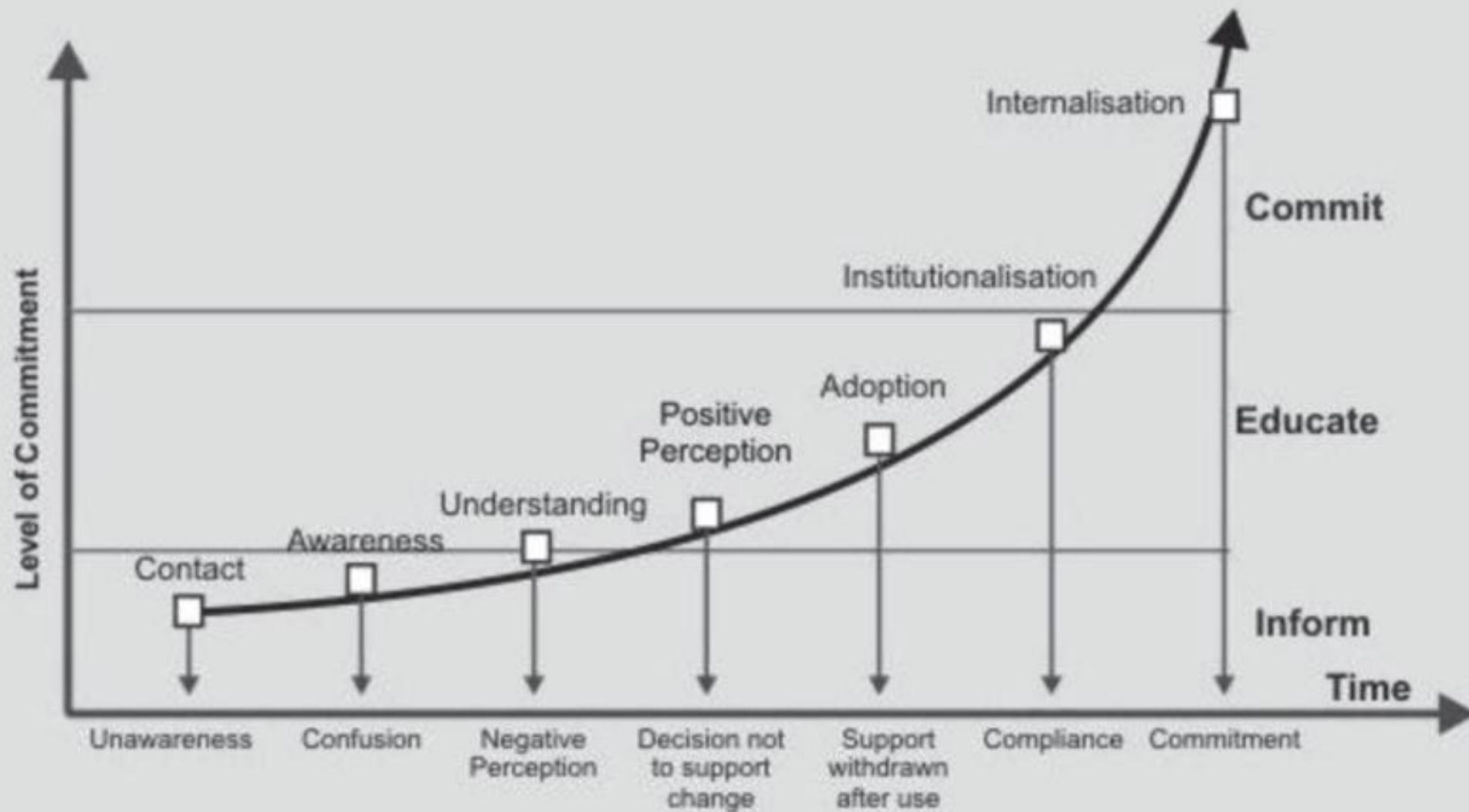
- **Kepercayaan (Trust)**
Apakah individu atau organisasi tersebut dapat diandalkan?
- **Kredibilitas (Credibility)**
Apakah informasi atau klaim yang mereka buat dapat dipercaya?
- **Konsistensi**
Apakah perilakunya stabil dan sesuai dengan nilai yang diakui?
- **Transparansi dan akuntabilitas**
Apakah mereka terbuka dan bertanggung jawab atas tindakan mereka?

Jenis

- **Reputasi individu (personal reputation)**
Misalnya reputasi seorang pemimpin, guru, atau tokoh publik.
- **Reputasi organisasi (corporate reputation)**
Citra perusahaan di mata publik, pelanggan, atau investor.
- **Reputasi produk/brand**
Persepsi terhadap kualitas dan nilai suatu merek atau produk.

Fungsi

- Membangun **kepercayaan dan loyalitas**
- Menjadi **daya saing** di pasar
- Memberi **keuntungan dalam hubungan sosial**
- Menentukan **peluang kerja atau kolaborasi**
- Melindungi dari **krisis atau serangan reputasi**



Era digital

- Dalam konteks digital saat ini, reputasi sangat dipengaruhi oleh:
- **Media sosial dan ulasan online**
- **Pemberitaan media**
- **Pengaruh viral** (baik atau buruk)
- Oleh karena itu, manajemen reputasi digital menjadi sangat penting untuk individu dan organisasi modern

Modal Muhammadiyah

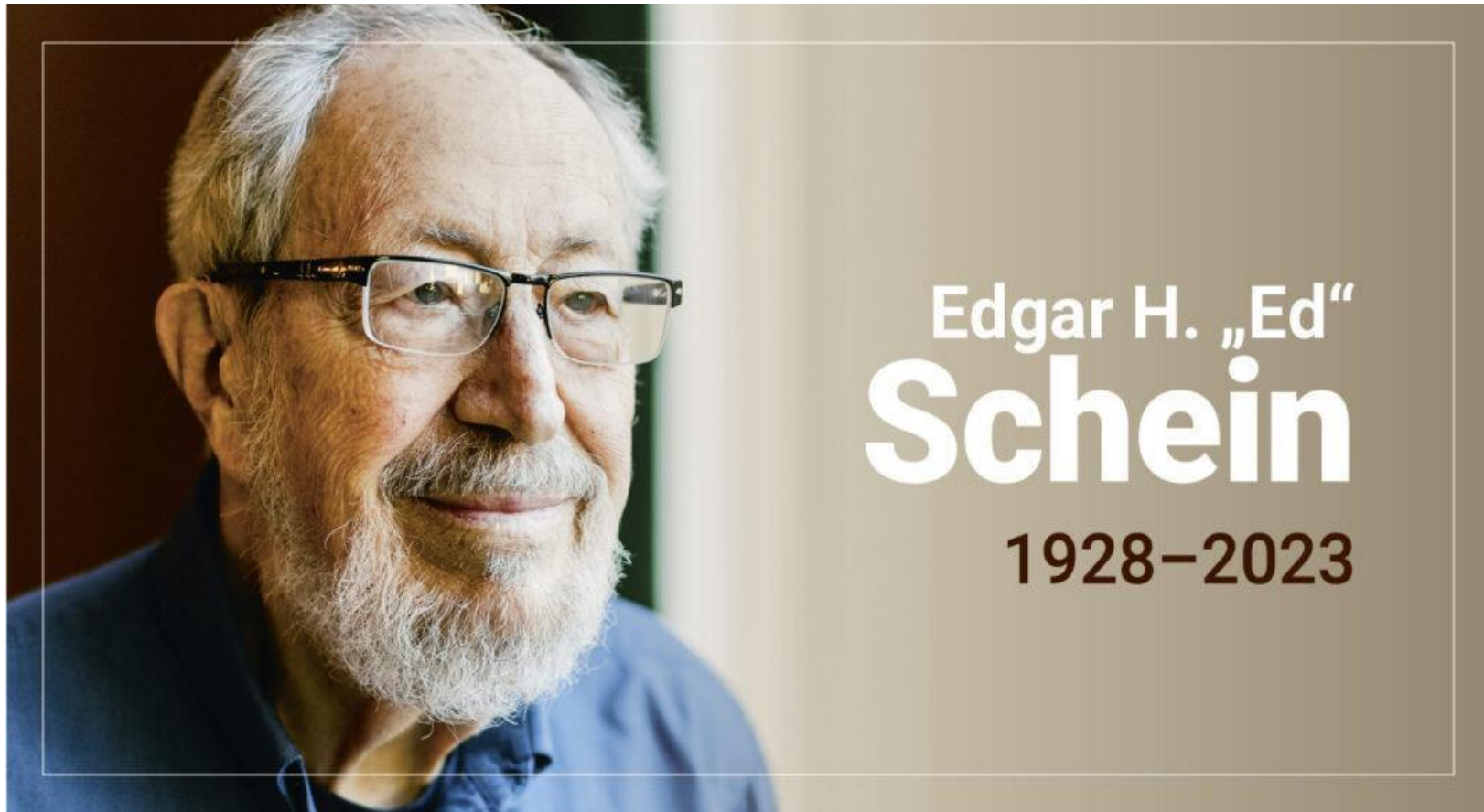
- “Di bawah bayangan saya, MUHAMMADIYAH MERUPAKAN KUNCI karenanya di Indonesia menjadi SATU-SATUNYA yang berhasil menjalankan AMAL SOSIAL dan AMAL AGAMIS, yang boleh diamati sebagai MODEL UNTUK SELURUH DUNIA, tidak untuk organisasi muslim saja, tapi juga orang lain di negara-negara lain,” (Robert W. Hefner)



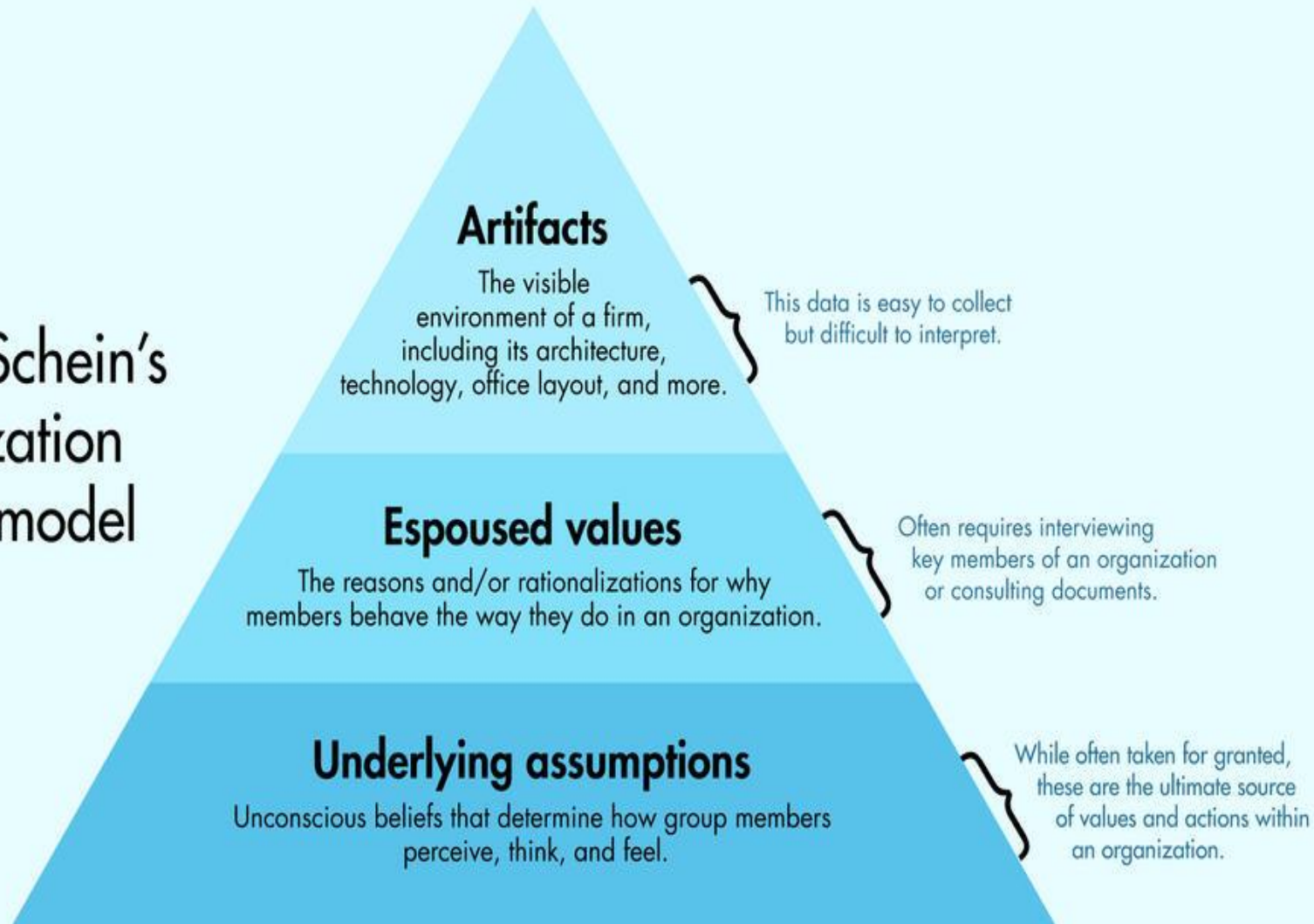
Mitsuo Nakamura

- Gerakan Agama
- Gerakan Sosial
- Gerakan Ideologi



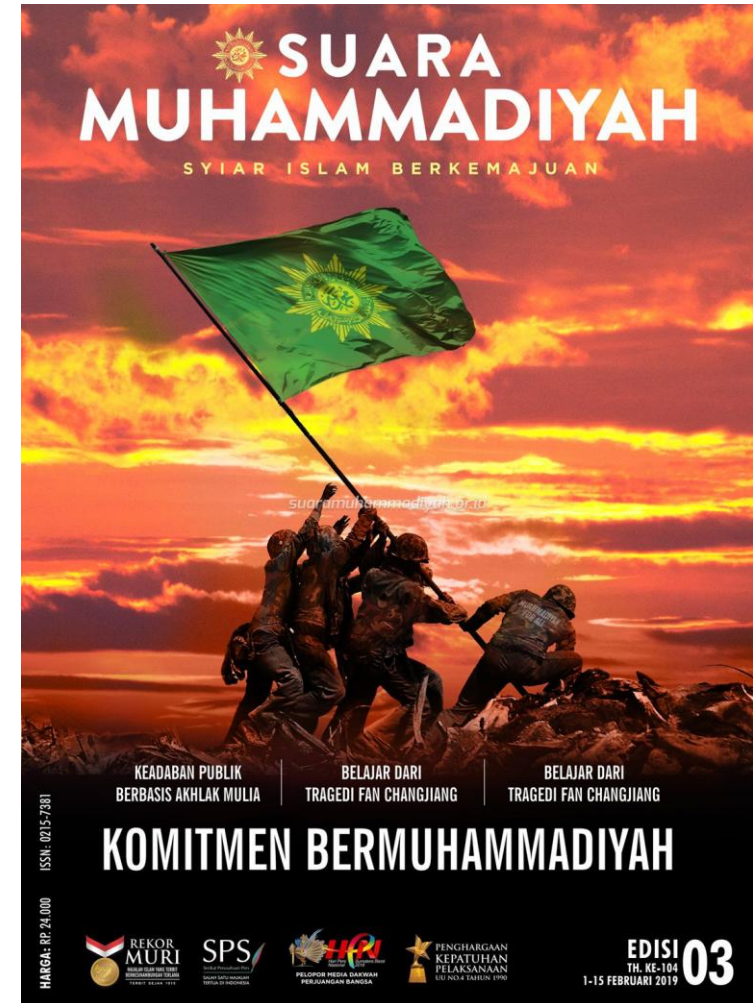


Edgar Schein's organization culture model



Artifacts (Artefak)

- Aspek yang Nampak dan terukur, meliputi perihal seperti symbol, ritual, struktur fisik, teknologi yang digunakan, juga gaya komunikasi dan berpakaian.



Esposued Values and beliefs (Nilai dan Keyakinan yang dianut)

- Meliputi perihal yang organisasi sampaikan tentang dirinya sendiri, seperti misi, visi, kode etik dan kebijakan.



Underlying Assumptions (Asumsi yang mendasari)

- Pandangan dasar yang menjadi landasan bagi perilaku dan pengambilan keputusan.
- Hal ini tidak terungkap secara eksplisit, tetapi menjadi bagian yang kuat dari budaya organisasi.



Artifacts

- Produk Khas : Iphone, Ipad, Apple watch, Imac, desain elegan, logo penciri.
- Retail : gerai yang khas, tata letak open view, estetis, interaktivitas costumers.
- Launching produk yang selalu ditunggu-tunggu



Espoused values and beliefs

- **Visi**
 - **“Kami percaya bahwa kami berada di muka bumi untuk membuat produk hebat dan itu tidak akan berubah. Kami di sini untuk membuat produk terbaik di dunia dan meninggalkan dunia lebih baik dari yang kami temukan.”**
- **Misi**
 - **“untuk memberikan pengalaman pengguna terbaik kepada pelanggannya melalui perangkat keras, perangkat lunak, dan layanan yang inovatif.”**

Underlying Assumptions

- Inovasi yang merubah dunia
- Pengalaman pelanggan yang positif
- Desain yang elegan dan user interface yang intuitif



- Muhammadiyah adalah pergerakan, dinamis, berkembang, mengalami pergeseran dipengaruhi karakteristik kepemimpinannya.

- Identifikasi
- Nilai
- Artefak
- Nilai yang dianut
- Asumsi yang mendasari

Nilai-Nilai Islam dalam Reputasi

- **Kejujuran &Transparansi dalam Informasi**

- **QS. Al-Hujurat (49): 6**
- *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."*

- **Makna terkait era digital:**

Dalam dunia digital, informasi menyebar sangat cepat. Reputasi organisasi bisa rusak hanya karena informasi hoaks atau berita yang belum diverifikasi. Ayat ini menekankan pentingnya **tabayyun (klarifikasi)** sebelum menyebarkan informasi—hal yang sangat penting bagi manajemen reputasi digital.

- **Etika Komunikasi Publik**
- **QS. An-Nahl (16): 125**
- *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik..."*

- **Makna terkait era digital:**
Komunikasi organisasi dengan publik (termasuk di media sosial) harus dilakukan dengan **kebijaksanaan, sopan santun, dan etika yang baik**. Dalam menjaga reputasi, cara penyampaian pesan sama pentingnya dengan isi pesan itu sendiri.

- **Integritas & Profesionalisme**
- **QS. Al-Qashash (28): 26**
- *"Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya."*

- **Makna terkait era digital:**
Organisasi yang ingin menjaga reputasi digitalnya harus membangun citra yang profesional, dapat dipercaya, dan memiliki **integritas**. Membangun **kepercayaan digital (digital trust)** adalah kunci dalam membentuk reputasi yang kuat

- **Amal Saleh dan Citra Positif**
- **QS. Fussilat (41): 33**
- *"Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal saleh, dan berkata: 'Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang berserah diri?'"*

- **Makna terkait era digital:** Organisasi yang aktif dalam **kegiatan positif dan memberikan manfaat kepada masyarakat**, serta menampilkannya secara etis di media digital, akan membangun reputasi yang kuat. Kebajikan yang dilakukan dengan tulus dan disebarluaskan secara bijak akan memperkuat citra organisasi

- **Menjaga Nama Baik dan Menghindari Fitnah**
- **QS. An-Nur (24): 19**
- *"Sesungguhnya orang-orang yang ingin agar (berita) perbuatan yang amat keji itu tersiar di kalangan orang-orang yang beriman, bagi mereka azab yang pedih di dunia dan di akhirat..."*

- **Makna terkait era digital:**
Jangan menyebarkan konten negatif atau merusak nama baik orang atau institusi tanpa dasar yang benar. Reputasi digital sangat rentan terhadap fitnah. Ayat ini memperingatkan tentang **konsekuensi menyebarkan aib atau informasi negatif** tanpa bukti

8 Nilai Utama Muhammadiyah

- *Modernity* (Ashariyah)
- Pemuliaan
- Persaudaraan
- Welas asih
- Etos kerja
- Tauhid yang pro kemanusiaan
- Ilmiah dan keilmuan
- Nilai peradaban



Contoh

Nilai	Artefak	Nilai dan keyakinan yang dianut	Asumsi yang mendasari
Nilai Peradaban	Sekolah, Perguruan Tinggi, Rumah Sakit, Panti Asuhan, Media Massa, Buku	AD, ART, MKCH dll.	Muhammadiyah gerakan Islam Modern

Lembar Kerja

Nilai	Artefak	Nilai dan keyakinan yang dianut	Asumsi yang mendasari

Pemetaan jenis dakwah

Jenis Dakwah	Media	Kelebihan	Contoh
Bil Hal	Perilaku	Tidak menggurui, langsung dirasakan	Keteladanan Nabi, etika dagang, keramahan
Bil Lisan	Ucapan	Interaktif, langsung	Ceramah, diskusi, dialog
Bil Qalam	Tulisan	Luas, bisa dibaca ulang	Artikel, buku, media sosial



Muhammadiyah
GERAKAN ISLAM BERKEMAJUAN

Terima kasih