



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 1555-1564

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pemahaman Manajemen Dakwah dalam Organisasi Politik dalam Partai Keadilan Sosial (PKS) Sejarah, Tantangan, Strategi dan Dampaknya Terhadap Masyarakat

Muhammad Ikrar Wiratama<sup>1✉</sup>, Nabila Fauziah<sup>2</sup>, Ishak Abdurrahman<sup>3</sup>, Siti Mutoharoh<sup>4</sup>

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email: [231330008.ikrar@uinbanten.ac.id](mailto:231330008.ikrar@uinbanten.ac.id)<sup>✉</sup>

### Abstrak

Artikel ini membahas manajemen dakwah dalam organisasi politik, dengan fokus pada konsep, tantangan, peluang, dan dampaknya terhadap masyarakat. Melalui pendekatan analitis, penelitian ini mengidentifikasi peran organisasi politik dalam menyebarkan nilai-nilai dakwah serta strategi yang digunakan untuk mengelola dakwah secara efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen dakwah yang baik dapat meningkatkan keadilan sosial dan moralitas publik, meskipun juga berpotensi menimbulkan polarisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik dakwah dalam konteks politik.

Kata Kunci: *Manajemen Dakwah, Organisasi Politik Islam, Dakwah Politik, Strategi Dakwah, Kebijakan Publik Islami*

## Abstract

This article discusses the management of dakwah in political organizations, focusing on the concept, challenges, opportunities, and its impact on society. Through an analytical approach, this study identifies the role of political organizations in spreading dakwah values and the strategies used to manage dakwah effectively. The results of the study indicate that good dakwah management can improve social justice and public morality, although it also has the potential to cause polarization. This study is expected to contribute to the development of da'wah theory and practice in a political context.

Keywords: *Dakwah Management, Islamic Political Organization, Political Dakwah, Dakwah Strategy, Islamic Public Policy*

## PENDAHULUAN

Latar belakang masalah dalam penelitian ini berfokus pada interaksi antara dakwah dan politik. Dalam banyak kasus, dakwah politik sering kali dihadapkan pada tantangan yang signifikan, seperti sekularisasi politik, stigma radikalisme, dan persaingan dengan ideologi lain. Di sisi lain, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan, seperti meningkatnya kesadaran Islam di masyarakat dan penggunaan media digital sebagai sarana dakwah. Dakwah merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan umat Islam, yang tidak hanya terbatas pada penyampaian ajaran agama, tetapi juga mencakup pengaruh dalam bidang politik dan sosial. Dalam konteks organisasi politik, dakwah berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan mempengaruhi kebijakan publik. Hal ini menjadi semakin relevan di era modern, di mana organisasi politik sering kali menjadi wadah untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Politik dan agama sering kali tumpang tindih, menciptakan dinamika yang kompleks dalam masyarakat. Organisasi politik berbasis Islam berusaha untuk mengharmoniskan ajaran agama dengan realitas politik, sehingga manajemen dakwah dalam organisasi ini menjadi suatu kebutuhan. Tanpa manajemen yang baik, pesan-pesan dakwah yang disampaikan tidak akan memiliki dampak yang maksimal, bahkan bisa berpotensi menimbulkan konflik dalam organisasi politik tersebut. Dalam artikel ini, penulis akan membahas beberapa aspek penting terkait manajemen dakwah dalam organisasi politik, termasuk tantangan dan peluang yang dihadapi, serta dampaknya terhadap masyarakat dan kebijakan publik. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk mengelola dakwah dalam konteks politik.

Dalam Pemilu 2019, kita menyaksikan munculnya polarisasi tajam di tengah masyarakat, sebagian besar dipengaruhi oleh narasi politik identitas. Beberapa ustaz dan dai populer di media sosial secara terbuka mendukung calon tertentu, bahkan menyebut

bahwa memilih tokoh yang “tidak seiman” bisa berdampak buruk bagi umat. Hal ini menciptakan sekat di antara masyarakat, terutama umat Islam, dan memperkuat sikap fanatisme politik berbasis agama. Memasuki Pemilu 2024, pola serupa kembali muncul. Meski KPU dan Bawaslu telah menetapkan regulasi terkait netralitas tempat ibadah, ceramah politik tetap menjamur secara terselubung. Tokoh-tokoh agama yang memiliki pengaruh besar di media sosial menyisipkan pesan-pesan politik dalam konten dakwah mereka. Beberapa menggunakan narasi keadilan sosial, anti-korupsi, dan pembelaan terhadap umat untuk menggiring opini publik terhadap kandidat tertentu.

Partai Keadilan Sejahtera (PKS) menghadapi sejumlah tantangan nyata dalam menggabungkan peran sebagai organisasi politik dan gerakan dakwah. Sebagai partai yang lahir dari rahim gerakan Islam, PKS membawa semangat dakwah ke dalam sistem demokrasi Indonesia yang plural dan dinamis. Namun, idealisme dakwah itu sering berbenturan dengan tuntutan realitas politik praktis. Dalam upaya meraih kekuasaan dan pengaruh di parlemen maupun pemerintahan, PKS harus membangun koalisi, melakukan kompromi, dan terlibat dalam strategi politik yang kadang menuntut kelenturan terhadap prinsip-prinsip dasar dakwah.

Selain itu, citra sebagai partai Islam membuat PKS sering kali dicurigai oleh kelompok masyarakat yang lebih moderat atau sekuler. Mereka menghadapi tantangan untuk menjelaskan bahwa agenda dakwah yang dibawa bukan berarti menolak pluralisme atau memaksakan syariat secara formal. Di sisi lain, tekanan internal juga cukup besar. Banyak kader dan simpatisan PKS yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap moralitas dan integritas partai. Ketika ada kasus pelanggaran etika atau keterlibatan kader dalam korupsi, kepercayaan terhadap semangat dakwah partai pun goyah. Tantangan lainnya adalah menjaga konsistensi ideologis di tengah upaya memperluas basis pemilih. Untuk menjadi partai yang relevan di tengah masyarakat luas, PKS tidak bisa hanya berbicara kepada kelompok Islam konservatif. Namun membuka diri terhadap segmen lain berarti partai harus cermat dalam mengemas pesan-pesan dakwah agar tetap inklusif tanpa kehilangan jati diri. Secara internal, proses kaderisasi dan penyemaian semangat dakwah dalam tubuh organisasi partai juga menghadapi tantangan. Semakin tinggi posisi kader dalam struktur kekuasaan, semakin besar pula godaan pragmatisme politik yang bisa menjauhkan mereka dari nilai-nilai dakwah itu sendiri. Inilah ketegangan yang terus-menerus dirasakan PKS: antara menjaga idealisme dakwah dan menjawab tantangan sebagai entitas politik yang ingin bertahan dan berkuasa dalam sistem demokrasi yang kompetitif.

Organisasi politik memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai-nilai dakwah, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Mereka dapat berkontribusi dalam pendidikan, legislasi, dan penguatan identitas keislaman dalam ruang public. Organisasi politik perlu mengadopsi strategi yang efektif dalam mengelola dakwah, seperti pemanfaatan teknologi modern, perencanaan dakwah yang sistematis, dan integrasi dakwah dengan kegiatan lain.

## METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengumpulkan dan mendeskripsikan data dari fenomena yang berkaitan dengan Manajemen Dakwah dalam Organisasi Politik: Konsep, Tantangan, dan Dampaknya terhadap Masyarakat. Tujuan penelitian: untuk memberikan Gambaran yang komprehensif tentang Manajemen Dakwah dalam Organisasi Politik: Konsep, Tantangan, dan Dampaknya terhadap Masyarakat, konsep dampak berdakwah dalam politik, sejarah perkembangan dan dampak positif dan negative dari dakwah dalam organisasi politik. Pengumpulan data dilakukan melalui 1 metode, yaitu:

1. Studi kepustakaan: mengkaji berbagai literatur, analisis, dan publikasi ilmiah terkait Manajemen Dakwah dalam Organisasi Politik: Konsep, Tantangan, dan Dampaknya terhadap Masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah Perkembangan Dakwah dalam Organisasi Politik

Dakwah, dalam konteks Islam, merupakan aktivitas menyampaikan ajaran agama kepada umat. Di Indonesia, dakwah tidak hanya berkembang dalam ranah keagamaan, tetapi juga ikut mewarnai arena politik. Sejak masa pra-kemerdekaan hingga era reformasi, dakwah dan politik memiliki hubungan yang dinamis. Kajian ini akan menguraikan perkembangan dakwah dalam politik Indonesia dari era kolonial hingga masa kini. Pada masa penjajahan Belanda, aktivitas politik umat Islam ditekan, namun tokoh-tokoh Islam tetap menjalankan dakwah melalui organisasi sosial-keagamaan seperti Sarekat Islam dan Muhammadiyah. Sarekat Islam (SI), yang didirikan oleh Haji Samanhudi dan kemudian dipimpin oleh HOS Tjokroaminoto, menjadi contoh awal integrasi dakwah dan politik. SI berkembang menjadi organisasi politik yang menyuarakan kepentingan umat Islam dalam kerangka perjuangan nasional (Boland, 1985).

Pasca kemerdekaan, partai-partai Islam seperti Masyumi (Majelis Syuro Muslimin Indonesia) muncul. Masyumi menjadi wadah penting bagi ulama dan aktivis dakwah yang ingin terlibat dalam politik formal. Namun, pembubaran Masyumi oleh Presiden Soekarno pada tahun 1960 karena dituduh mendukung pemberontakan PRRI menyebabkan terhambatnya gerakan dakwah dalam politik (Masdar, 2010).

Pada masa Orde Baru (1966–1998), pemerintah meminggirkan politik Islam. Partai-partai Islam dilebur dalam Partai Persatuan Pembangunan (PPP) pada 1973. Sementara itu, aktivitas dakwah bertransformasi menjadi gerakan keagamaan yang lebih kultural dan sosial. Munculnya Lembaga Dakwah Kampus (LDK) menjadi penting di era ini. Mahasiswa muslim yang tergabung dalam LDK membina umat melalui pengajian dan pembinaan karakter Islami, meski tidak secara langsung bersentuhan dengan politik. Namun, gerakan ini mempersiapkan kader-kader yang kelak akan aktif dalam politik di era reformasi. Reformasi 1998 membuka keran demokrasi dan menghidupkan kembali partisipasi politik berbasis agama. Partai-partai baru seperti Partai Keadilan (kemudian menjadi PKS – Partai Keadilan Sejahtera) membawa semangat dakwah ke ranah politik praktis. PKS mengusung misi dakwah struktural dan kultural dalam bingkai demokrasi. Tokoh-tokoh dari latar belakang dakwah kampus, pesantren, hingga ormas Islam mulai aktif menjadi anggota legislatif, kepala daerah, bahkan menteri. Dakwah politik tidak hanya dijalankan oleh partai Islam, tetapi juga oleh tokoh Muslim dalam partai-partai nasionalis (Anwar, 2005).

Di era digital saat ini, dakwah politik mengalami transformasi. Media sosial menjadi sarana baru dalam menyampaikan dakwah yang bernuansa politik. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan seperti polarisasi, politisasi agama, hingga penyebaran ujaran kebencian. Tantangan terbesar bagi dakwah politik adalah menjaga idealisme dakwah agar tidak terjebak pada pragmatisme politik. Maka perlu sinergi antara nilai-nilai keislaman, demokrasi, dan kemajemukan bangsa dalam menjalankan dakwah politik di Indonesia (Munjani, 2004).

## Tantangan dan Peluang Dakwah dalam organisasi politik

### a. Tantangan

Tantangan adalah segala bentuk hambatan, kesulitan, atau rintangan yang dihadapi dalam proses menyampaikan dakwah melalui wadah organisasi politik. Tantangan ini bisa bersifat internal maupun eksternal.

1. Konflik Kepentingan, Dakwah mengedepankan nilai-nilai moral dan spiritual, sementara politik kerap diwarnai dengan kepentingan pragmatis yang bisa

bertentangan dengan nilai-nilai dakwah (Natsir, 2008).

2. Polarisasi dan Fanatisme, Dakwah bisa disalahartikan sebagai alat legitimasi politik. Hal ini dapat memicu polarisasi di masyarakat dan melemahkan pesan universal Islam (Hidayat, 2019).
3. Stigma Negatif, Ada pandangan bahwa jika tokoh dakwah masuk ke politik, maka misi dakwahnya sudah "terkontaminasi". Hal ini bisa menurunkan kepercayaan umat (Hasyim, 2011).
4. Birokratisasi Nilai, Ketika dakwah dibawa ke ranah struktural, ada risiko nilai-nilai Islam justru tersandera oleh mekanisme birokrasi yang lamban dan tidak fleksibel (Wahid, 1999).

#### b. Peluang

Peluang adalah potensi atau kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam melalui aktivitas politik. Peluang ini dapat memperluas jangkauan dakwah dan memberikan dampak kebijakan.

1. Pengaruh Kebijakan Publik, Dengan keterlibatan dalam politik, pelaku dakwah bisa mendorong lahirnya regulasi yang berpihak pada nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan umat (Azra, 2011).
2. Akses Lebih Luas, Posisi strategis dalam politik memberi akses luas untuk menyampaikan pesan dakwah, bahkan ke kalangan yang selama ini kurang tersentuh (Ali, 1986).
3. Teladan Etika Politik, Kehadiran tokoh dakwah di politik bisa menjadi contoh nyata praktik politik yang bersih, amanah, dan menjunjung nilai spiritual (Madjid, 1997).
4. Sinergi Antar Lembaga, Dakwah dalam politik bisa mendorong kolaborasi antara lembaga keagamaan dan negara untuk menangani isu-isu moral, sosial, dan kemanusiaan (Mujani, 2003).

#### Dampak Dakwah dalam Organisasi Politik terhadap Masyarakat

Hasil penelitian dalam artikel ini menunjukkan bahwa manajemen dakwah dalam organisasi politik memiliki dampak multidimensional.

##### 1) Dampak terhadap Masyarakat

1. Dampak Positif: Aktivitas dakwah melalui program sosial memperkuat solidaritas komunitas dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dakwah yang berfokus pada etika sosial dapat mendorong perilaku anti-korupsi.
2. Dampak Negatif: Jika dakwah bersifat eksklusif, dapat memicu ketegangan antar

kelompok. Narasi dakwah yang kaku mungkin mendorong pengawasan moral (Ahmad, 2020).

## 2) Dampak terhadap Kebijakan Publik

1. Dampak Positif: Lobi organisasi politik berbasis dakwah dapat mendorong kebijakan pro-rakyat miskin dan penguatan etika publik.
2. Dampak Negatif: Kebijakan berbasis syariah di tingkat lokal dapat mengabaikan hak minoritas, dan penggunaan retorika dakwah untuk mobilisasi politik berisiko memecah kohesi nasional.

## Strategi Pengelolaan Dakwah

Definisi Strategi Pengelolaan Dakwah adalah suatu rencana sistematis dan terstruktur yang disusun untuk mengatur, mengarahkan, dan mengoptimalkan seluruh proses dakwah, agar pesan-pesan Islam dapat tersampaikan secara efektif, efisien, dan sesuai dengan konteks sosial, budaya, dan zaman. Strategi ini mencakup perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pengembangan dakwah, dengan mempertimbangkan:

1. Perencanaan Dakwah, Perencanaan dakwah adalah proses menetapkan tujuan, strategi, sumber daya, dan langkah-langkah yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan dakwah secara terstruktur. Ini mencakup analisis situasi, perumusan tujuan, identifikasi target mad'u (sasaran dakwah), dan penetapan metode serta media dakwah. Perencanaan dakwah meliputi analisis situasi, perumusan tujuan, pemilihan metode, dan penjadwalan kegiatan dakwah. Ini sangat penting agar dakwah terarah dan tepat sasaran (Mahmud, 2000).
2. Pengorganisasian Dakwah, Perorganisasian dalam dakwah adalah proses penataan sumber daya manusia, struktur, peran, dan fungsi dalam sebuah lembaga atau kelompok dakwah, agar tujuan dakwah bisa tercapai secara efisien dan efektif.. Melibatkan pembentukan tim dakwah, pembagian tugas, dan penetapan struktur organisasi yang jelas agar pelaksanaan dakwah menjadi sistematis (Nizar, 2010).
3. Pelaksanaan Dakwah, Meliputi implementasi kegiatan dakwah baik melalui ceramah, pelatihan, media sosial, atau aksi sosial. Metode bisa berupa dakwah bil lisan, bil hal, maupun bil qalam. Pelaksanaan dakwah juga merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang ajaran Islam. Dakwah dapat dilakukan oleh individu atau kelompok, dan dapat dilakukan melalui berbagai metode, sasaran, media, dan strategi (Nasrullah, 2015).

4. Evaluasi Dakwah, adalah proses sistematis untuk menilai, mengukur, dan menganalisis sejauh mana suatu kegiatan dakwah telah dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan, serta sejauh mana kegiatan tersebut memberikan dampak positif terhadap sasaran dakwah (mad'u). Evaluasi dilakukan untuk mengetahui keberhasilan program dakwah dan menjadi dasar perbaikan ke depan. Ini termasuk pengukuran dampak dan feedback dari masyarakat (Mulyono, 2004).
5. Penggunaan Teknologi dan Media, Penggunaan teknologi dan media dalam dakwah organisasi politik merupakan upaya memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyebarkan pesan-pesan agama Islam dan mempengaruhi kebijakan publik. Dalam era digital ini, masyarakat urban memiliki akses luas ke teknologi dan internet, menjadikan media digital sebagai sarana efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Teknologi dakwah Islam sendiri merupakan perpaduan unsur manusia, mesin, ide, prosedur, dan manajemen pengelolaan yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang ajaran Islam. Dengan demikian, teknologi informasi memainkan peran penting dalam kegiatan dakwah, memberikan dampak signifikan pada penyebaran pesan-pesan agama dan pembentukan opini publik. Pemanfaatan media sosial, YouTube, podcast, dan website dakwah menjadi sangat penting dalam era digital (Arsyad, 2013).
6. Kontekstualisasi Dakwah, Kontekstualisasi dakwah dalam strategi pengelolaan dakwah adalah proses menyesuaikan isi, metode, dan pendekatan dakwah dengan kondisi sosial, budaya, ekonomi, serta kebutuhan spesifik dari masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Tujuannya adalah agar pesan dakwah tidak hanya dipahami secara tekstual, tetapi juga relevan, berdaya guna, dan membumi di tengah realitas kehidupan masyarakat. Dakwah harus disesuaikan dengan konteks sosial-budaya masyarakat agar lebih diterima, seperti dakwah berbasis budaya lokal atau komunitas tertentu (Aziz, 2016).

## SIMPULAN

Manajemen dakwah dalam organisasi politik dapat menjadi kekuatan positif untuk keadilan sosial dan moralitas publik. Namun, perlu diingat bahwa pendekatan yang inklusif dan moderat sangat penting untuk menghindari polarisasi dan kebijakan diskriminatif. Konteks politik, tingkat pluralisme, dan pendekatan dakwah menjadi penentu utama dampaknya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik dakwah dalam konteks politik, serta mendorong diskusi

lebih lanjut mengenai peran dakwah dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Perjalanan dakwah dalam organisasi politik di Indonesia menunjukkan dinamika yang panjang dan kompleks, mulai dari masa kolonial hingga era digital saat ini. Sejak awal abad ke-20, dakwah telah terintegrasi dengan perjuangan politik melalui organisasi seperti Sarekat Islam, dan berkembang melalui partai-partai seperti Masyumi hingga era reformasi dengan kemunculan PKS. Dalam setiap fase sejarah, strategi dakwah mengalami adaptasi sesuai dengan perubahan sosial-politik.

Tantangan utama dalam dakwah politik mencakup konflik kepentingan antara nilai dakwah dan pragmatisme politik, polarisasi masyarakat, stigma negatif terhadap tokoh dakwah-politik, serta birokratisasi nilai-nilai Islam. Namun, di balik tantangan ini, terbuka peluang besar bagi penguatan pengaruh dakwah melalui kebijakan publik, perluasan jangkauan dakwah, penciptaan teladan etika politik, dan sinergi antara institusi dakwah dan negara. Dakwah dalam ranah politik membawa dampak multidimensi. Positifnya, ia memperkuat solidaritas sosial, membentuk etika publik, dan mendorong lahirnya kebijakan pro-rakyat. Namun, jika tidak dikelola secara arif, dakwah politik dapat menjadi eksklusif dan menyebabkan ketegangan sosial, atau bahkan menyumbang pada fragmentasi kebangsaan.

Untuk menjawab tantangan dan mengoptimalkan peluang, diperlukan strategi pengelolaan dakwah yang terstruktur. Ini mencakup perencanaan matang, pengorganisasian yang efektif, pelaksanaan dengan pendekatan beragam, evaluasi berbasis dampak, pemanfaatan teknologi secara maksimal, dan—yang paling krusial—kontekstualisasi dakwah agar senantiasa relevan dengan zaman dan masyarakat sasaran.

Dengan pendekatan ini, dakwah dalam organisasi politik dapat menjadi kekuatan transformatif yang bukan hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga membentuk budaya politik yang bermoral, inklusif, dan pro-kemanusiaan dalam bingkai demokrasi dan kebinekaan Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, M. (2016). Strategi dakwah kultural. Yogyakarta: LKiS.
- Ahmad, M. (2020). Pendidikan Islam dan peran negara dalam kurikulum nasional. *Jurnal Pendidikan Islam*, 15(2), 135–150.
- Ali Abdul Halim Mahmud. (2000). Manajemen dakwah. Jakarta: Gema Insani Press.
- Al-Qaradawi, Y. (1997). *Fiqh al-daulah fi al-Islam*. Cairo: Maktabah Wahbah.
- Anwar, M. S. (2005). *Islamic politics in Indonesia and the rise of the Prosperous Justice*

- Party (PKS). *South East Asia Research*, 13(1), 63–70.
- Azhar Arsyad. (2013). *Komunikasi dan penyiaran Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Azra, A. (2012). *Islam Nusantara: Jaringan global dan lokal*. Bandung: Mizan.
- Azra, A. (2000). *Islam substantif: Agar umat tidak jadi buih*. Jakarta: Mizan.
- Boland, B. J. (1985). *The struggle of Islam in modern Indonesia*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Fachry Ali & Bahtiar Effendy. (1986). *Merambah jalan baru Islam*. Bandung: Mizan.
- Hasyim, S. (2011). *Politik Islam, politik identitas dan masa depan demokrasi di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hidayat, D. N. (2019). Politik identitas dalam demokrasi Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 23(1), 1–15.
- Hilmy, M. (2010). *Islamism and democracy in Indonesia: Piety and pragmatism*. Singapore: ISEAS Publishing.
- Madjid, N. (1997). *Islam: Doktrin dan peradaban*. Jakarta: Paramadina.
- Mujani, S. (2003). *Religiusitas, toleransi, dan demokrasi di Indonesia*. Jakarta: LSI.
- Mujani, S., & Liddle, R. W. (2004). Politics, Islam, and public opinion. *Journal of Democracy*, 15(1), 109–123.
- Mulyono. (2004). *Evaluasi pendidikan Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial dan dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Natsir, M. (2008). *Agama dan politik*. Jakarta: Gema Insani.
- Nizar, S. (2010). *Manajemen dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wahid, A. (1999). *Islam dan politik*. Jakarta: LKiS.