

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Komunikasi menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, karena komunikasi merupakan bagian dari upaya untuk mempertahankan kehidupan. Sebagai makhluk sosial, komunikasi dan interaksi sosial sangat dibutuhkan oleh manusia untuk mampu bersosialisasi sehingga menjadi masyarakat yang mampu berinteraksi dengan lingkungan. Peran komunikasi dalam kehidupan bermasyarakat yaitu untuk menghubungkan masyarakat satu dengan masyarakat lain sehingga terbentuklah interaksi sosial. Manusia melakukan proses keterlibatan dengan orang dan lingkungannya, kemudian melahirkan struktur sosial baru yang disebut kelompok sosial, Bungin (2006: 43). Pernyataan Burhan Bungin tersebut menunjukkan bahwa hakikat manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri.

Seiring dengan terbentuknya kelompok sosial, maka berkembang pula pola komunikasi di dalamnya. Ada berbagai macam jenis komunikasi di tengah kehidupan sosial, salah satunya adalah komunikasi persuasif. Suatu kelompok, biasanya memiliki satu atau lebih sosok yang mampu melakukan upaya persuasi atau mampu memberikan pengaruh kepada masyarakat lainnya (Alvonco, 2014: 26). Persuasi adalah suatu proses komunikasi yang dirancang melalui pesan-pesan untuk mengubah sikap terhadap proposisi kebijakan dengan tingkat penerimaan khalayak (Suciati, 2015: 236). Peran komunikasi persuasif juga terdapat dalam suatu organisasi, termasuk organisasi Muhammadiyah. Komunikasi persuasif dalam suatu kelompok atau organisasi bertujuan untuk mengajak khalayak agar ikut serta dalam melakukan upaya pencapaian tujuan dan cita-cita suatu organisasi. Sama halnya dengan Muhammadiyah, sebagai organisasi juga memerlukan upaya persuasif untuk tetap mempertahankan eksistensi keorganisasian yang telah diketahui oleh masyarakat luas.

Muhammadiyah adalah organisasi Islam yang bergerak pada bidang keagamaan, pendidikan dan sosial. Bidang tersebut merupakan bagian dari kegiatan dakwah yang berdasar pada *amar ma'ruf nahi munkar*. Muhammadiyah yang memiliki credo “berkemajuan”, selalu berusaha untuk menjadi pergerakan yang memenuhi kebutuhan golongan pada khususnya dan kebutuhan semua lapisan pada umumnya. Sebagai organisasi yang berkembang, tentu Muhammadiyah memiliki strategi dalam menyebarkan dan mengembangkan dakwahnya. Segala upaya perjuangan dan persuasif Muhammadiyah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Hal tersebut dikarenakan obyek utama dalam penyebaran dakwah Muhammadiyah adalah manusia, dan manusia merupakan makhluk yang dinamis, mengalami perubahan. Sehingga strategi dan taktik Muhammadiyah dalam mengembangkan dakwahnya harus selaras dengan perubahan manusia di lapangan.

Muhammadiyah merupakan organisasi yang memiliki hierarki, tingkatan posisi dan kedudukan akan memberikan pengaruh bagi satu dengan yang lainnya. Semua posisi yang ada pada satu lingkup Muhammadiyah juga akan bersinergi untuk mencapai visi dan tujuan utama yang dicita-citakan. Visi utama Muhammadiyah adalah *amar ma'ruf nahi munkar*, mengajak pada kebaikan dan mencegah pada kemungkaran.

Berdasarkan hierarki kepengurusan, Muhammadiyah terdiri dari kepengurusan Pusat, Wilayah, Daerah, Cabang dan Ranting. Seluruh kepengurusan membutuhkan sinergitas untuk kemudian bisa mencapai tujuan bersama. Komunikasi organisasi yang baik juga dibutuhkan agar seluruh lapisan mampu menjalankan tupoksinya masing-masing. Komunikasi yang dilakukan dalam berdakwah adalah komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang memiliki tujuan mengubah keyakinan, mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang (Romli, 2013:14).

Dakwah adalah komunikasi, tapi komunikasi belum tentu dakwah. Urgensi dakwah memang dibutuhkan di tengah-tengah kejayaan Islam saat ini. Unsur-unsur dakwah sama

seperti unsur komunikasi pada umumnya, yaitu terdapat komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek yang ditimbulkan (Romli, 2013:13). Secara spesifik, komunikasi yang dipakai dalam dakwah ialah komunikasi persuasif. Di mana penjelasan unsur-unsur komunikasi dalam komunikasi dakwah yaitu meliputi: komunikator (da'i), komunikan (mad'u), pesan (materi seputar dakwah dan keagamaan), media (pengajian rutin atau radio dan televisi dakwah), serta efek (keberhasilan dakwah yang diterima oleh mad'u).

Komunikasi dakwah dan komunikasi persuasif pada dasarnya memiliki prinsip. Ada dua prinsip dalam berdakwah yaitu mengenai *what to say* dan *how to say* (Romli, 2013:15). *What to say* meliputi konten atau pesan apa yang hendak disampaikan dalam berdakwah, sedangkan *how to say* adalah bagaimana cara atau metode yang akan dilakukan oleh seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya. Kedua prinsip tersebut harus dimatangkan dan disiapkan dengan baik agar dakwah tersampaikan dengan baik pula. Adapun konten yang disampaikan dalam berdakwah yakni harus berdasar pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dari segi konten, pesan-pesan keislaman yang hendak disampaikan dalam berdakwah juga harus mengandung prinsip sebagai berikut, 1) *basyiran wa nadziran* yakni kabar baik dan peringatan terhadap kabar buruk. 2) *amar ma'ruf nahi munkar* yaitu mengajak pada kebaikan dengan menjauhi kemungkaran atau keburukan (Romli, 2013: 15).

Pada dasarnya, perspektif dakwah di kalangan masyarakat hanya berhenti di tahap-tahap permukaan saja, misalnya dakwah ialah suatu kegiatan yang hanya dilakukan untuk keperluan rohani dan pengajian suatu majelis belaka (Aziz, 2005:14). Padahal, eksistensi dakwah harusnya lebih dari itu karena dakwah bukan sebatas ajakan atau rujukan yang disampaikan lewat lisan belaka, tapi juga melalui perilaku. Seperti halnya pemahaman tentang iman, yakni diyakini dalam hati, diucapkan dengan lisan dan diamalkan lewat perbuatan.

Pada saat Muhammadiyah mulai memasuki abad ke-dua ini, Muhammadiyah dihadapkan pada tantangan yang makin berat. Selaras dengan berjalannya waktu dan perubahan manusia, Muhammadiyah harus memperbaharui pendekatan dakwah dan perjuangannya. Dalam menghadapi tantangan ini, seluruh kepengurusan Muhammadiyah harus berkoordinasi untuk menyusun pembaharuan strategi dakwah. Salah satu tantangan tersebut adalah penataan dakwah dan perjuangan di tingkat Ranting. Meskipun secara hierarki keorganisasian Ranting berada di lini paling bawah, tiap Ranting Muhammadiyah memiliki andil besar untuk menjalankan dakwah *amar ma'ruf nahi munkar*. Ranting dianggap sebagai bagian keorganisasian yang menurut logika garis wewenang tidak memiliki andil untuk bisa berbuat banyak bagi organisasi, dianggap sebagai pihak yang hanya mampu menunggu dan menjalankan perintah dari pimpinan. Padahal sebenarnya Ranting justru memainkan perang ujung tombak persyarikatan Muhammadiyah.

Menurut Ahmad Norma Permata, ketua LPCR PP Muhammadiyah, peran penting Ranting dalam Muhammadiyah meliputi: ujung tombak rekrutmen anggota dan kaderisasi, ujung tombak menjalankan dakwah keagamaan, ujung tombak ukhuwah, duta persyarikatan di masyarakat dan ujung tombak dalam membela kepentingan umat. Kontribusi Muhammadiyah secara nyata tidak hanya terbatas pada tokoh-tokoh dan kegiatan berskala besar saja, melainkan juga akar rumput yang jauh dari liputan media. Ada lebih dari 12.000 ranting Muhammadiyah yang ikut bergerak dalam melakukan perbaikan dan penataan kehidupan, baik di internal umat islam maupun kehidupan bermasyarakat dan berbangsa. Pada masa Orde Baru tahun 1998, merupakan awal terjadinya konflik dan dinamika ranting serta cabang yang semakin memburuk, sehingga pentingnya pendampingan cabang dan ranting menjadi salah satu alasan topik yang dibahas dan menjadi kondisi pada Muktamar ke-46 tahun 2005, kemudian hal tersebut juga yang menjadi alasan didirikannya pembentukan

Lembaga Penguatan Cabang dan Ranting (LPCR) pada periode Mukhtamar selanjutnya, yaitu ke-47 pada tahun 2010.

Menyadari akan pentingnya peran Ranting, Muhammadiyah selalu memupuk koordinasi yang baik antara Pimpinan Pusat dengan Ranting. Hingga pada tahun 2016, Lembaga Pengembangan Cabang dan Ranting (LPCR) sebagai lembaga yang bertugas fokus pada Cabang dan Ranting memiliki data terkait ranting-ranting berprestasi dan unggul yang ditinjau dari kriteria keunggulan yang berbeda-beda. Adapun indikator pengukur unggul atau tidaknya suatu ranting ditentukan oleh beberapa aspek yakni: Kepemimpinan dan organisasi, pembinaan jama'ah dan pengajian, manajemen keuangan dan SDM, AUM kreatif inovatif dan solutif, AUM unggulan dan besar, pemberdayaan ekonomi dan umat, dan media dakwah atau media informasi [Jamaluddin Ahmad, Hasil wawancara, 24 September 2016]. PRM dan PCM akan mendapatkan kategori unggul jika setidaknya memiliki tiga aspek kriteria unggulan di atas.

Menurut data yang didapatkan dari LPCR terkait keaktifan Ranting Muhammadiyah, salah satu Ranting yang berprestasi adalah Pimpinan Ranting Muhammadiyah (PRM) Gunungpring, Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang. PRM Gunungpring dalam periode ke-46 terpilih sebagai ranting unggulan oleh Lembaga Pengembangan Cabang dan Ranting (LPCR) Korwil Jawa Tengah. Kemudian pada Maret 2016, PRM Gunungpring kembali terpilih menjadi PRM Unggulan, predikat tersebut diberikan oleh tim penilai visitasi yang dibentuk oleh Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Jawa Tengah.

PRM Gunungpring memiliki prestasi yaitu dari segi aspek: Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) yang unggul dan besar, manajemen keuangan dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang bagus dan unggul dalam aspek kepemimpinan dan organisasi. AUM unggulan yang dimiliki oleh PRM Gunungpring lebih bergerak dalam bidang pendidikan. PRM Gunungpring memiliki Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah

Plus yang unggul karena telah memiliki banyak prestasi dan mampu bersaing dengan sekolah di lingkup Gunungpring dan Muntilan, termasuk sekolah-sekolah non muslim.

Menurut Muhajir, Ketua Ranting Muhammadiyah Gunungpring, pengembangan Amal Usaha Muhammadiyah dalam bidang pendidikan merupakan refleksi dari wasiat KH Ahmad Dahlan yang berkata “Aku titipkan Muhammadiyah ini kepadamu,” sehingga upaya pengembangan dan pertahanan bidang pendidikan yang merupakan Trisula Muhammadiyah sangat penting untuk dilakukan. PRM Gunungpring menjadi salah satu ranting yang telah dengan berhasil mendirikan, memelihara serta mempertahankan Sekolah Dasar dan Menengah Pertama Gunungpring ini dengan belajar dari perjuangan KH Ahmad Dahlan yang pada zaman dulu dengan semangat juang mendirikan lembaga pendidikan hingga kerap dicibir kafir. Dua sekolah unggulan yang berhasil didirikan oleh PRM Gunungpring ini merupakan bukti dari ambisi dakwah Islam berkemajuan yang bergerak dalam bidang pendidikan. Pembangunan sekolah yang digencarkan di Gunungpring merupakan upaya perlawanan terhadap kristenisasi di Muntilan yang dikemas dalam pendekatan halus seperti pendidikan, tawaran bantuan sosial dll. Walaupun kristenisasi di Gunungpring tidak mudah masuk, namun upaya pencegahan tetap harus dilakukan. Pasalnya, Gunungpring yang masih berada pada satu daerah dengan Muntilan ini harus lebih waspada karena Muntilan juga merupakan pusat kristenisasi di perbatasan Jawa Tengah. Muhajir lebih lanjut mengatakan bahwa kristenisasi di Muntilan, selalu dikemas dalam bentuk kegiatan sosial. Menurut sejarah, Muntilan adalah daerah tempat berkembangnya kristenisasi di Jawa Tengah. Pada 1990, seorang kristian bernama Frans Van Lith datang ke Jawa dan mendirikan sekolah di Muntilan. Van Lith dengan dalih ingin mencerdaskan para pemuda Jawa, akhirnya berhasil mendirikan persekolahan Katolik di Muntilan. Mulai dari Normaalschool pada 1900, sekolah guru berbahasa Belanda atau Kweekschool pada 1904, kemudian pendidikan guru-guru kepala pada 1906. Anak-anak lelaki yang masuk sekolah ini semuanya Muslim. Akan tetapi,

mereka semua tamat sebagai orang Katolik. Beberapa dari kelompok siswa pertama bahkan melanjutkan studi mereka untuk menjadi pastor. Belajar dari sejarah, bahwa kesuksesan kristenisasi di Gunungpring Muntilan dilakukan melalui jalur pendidikan, untuk itu Muhammadiyah Gunungpring juga berusaha menandingi itu melalui peningkatan kualitas sekolah di Gunungpring.

Muhammadiyah telah membantu Indonesia dalam segi pendidikan. Menurut data yang diperoleh dari Majelis Pustaka dan Informasi, berikut daftar lembaga pendidikan serta jumlah yang telah dimiliki Muhammadiyah tahun 2016:

<b>No</b>	<b>Lembaga Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>
1	Sekolah Dasar	1176
2	Madrasah Ibtidaiyah	1428
3	Sekolah Menengah Pertama	1188
4	Madrasah Tsanawiyah	534
5	Sekolah Menengah Akhir	567
6	Sekolah Menengah Kejuruan	546
7	Pendidikan Anak Usia Dini	1607
8	Taman Pendidikan Al-Qur'an	1579
9	Madrasah Aliyah	176
10	Perguruan Tinggi	178
11	Pondok Pesantren	160
12	Taman Asuh	72
13	Taman Kanak-kanak	15.918

Tabel 1

Kontribusi Muhammadiyah terhadap bidang pendidikan sangatlah melimpah, SD dan SMP Muhammadiyah Plus Gunungpring merupakan salah dua sekolah yang menjadi bagian

dari jihad Muhammadiyah dalam bidang pendidikan. Semua lembaga pendidikan yang Muhammadiyah miliki merupakan salah satu media untuk melakukan sistem pengkaderan, sehingga didikan Muhammadiyah di sekolah-sekolah akan mampu menjalankan kaderisasi untuk persyarikatan di masa mendatang. Oleh karena itu, SD dan SMP Muhammadiyah Gunungpring menjadi nilai lebih dan suatu unggul yang dimiliki oleh PRM Gunungpring karena kontribusinya di ranah ranting tapi mampu memberikan persembahan luar biasa untuk Muhammadiyah.

Adapun kegiatan lain yang dilakukan oleh PRM Gunungpring dalam mengembangkan dakwah Muhammadiyah adalah menyelenggarakan pengajian rutin Ahad pagi, melakukan pembinaan guru dan karyawan Amal Usaha Muhammadiyah secara berkala dan mengoptimalkan masjid dan musala sebagai media dakwah. PRM Gunungpring memiliki 4 (empat) masjid dan 4 (empat) musala yang tersebar di seluruh dusun, sehingga pembinaan jama'ah bisa dilakukan dengan intens dan baik. Dari segi program Majelis Pendidikan, PRM melakukan upaya penguatan kelembagaan TK/PAUD, SD dan SMP. Kemudian mengembangkan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan, pengembangan sarana dan prasarana seperti penambahan ruang kelas, alat dan bahan ajar serta aset tanah dan aset transportasi. Lalu, Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan PRM Gunungpring melaksanakan program pelatihan budidaya kambing di PAY Muhammadiyah putra Muntilan dan mengikuti kegiatan pengolahan kayu di Ranting Keji. Sedangkan dari segi Majelis Kesehatan dan Pelayanan Masyarakat, kegiatan yang sudah dilakukan meliputi mengkoordinir pemeriksaan kesehatan siswa-siswa TK ABA Insan Robbani dan TK ABA Nepen, mengadakan sosialisasi masalah kesehatan melalui forum pengajian Ahad pagi dan membantu pelaksanaan khitanan massal yang diselenggarakan oleh SMP Muhammadiyah Plus. PRM Gunungpring juga memiliki kegiatan rutin memberikan bimbingan kepada muallaf untuk belajar Islam.

Jika ditinjau dari berbagai macam kegiatan yang diadakan oleh PRM Gunungpring dalam upaya penyebaran dakwah, jenis-jenis dakwah yang dilakukan oleh PRM Gunungpring adalah *dakwah bil lisan dan dakwah bil hal*. *Dakwah bil lisan* yakni dakwah yang penyampaian dilakukan melalui komunikasi lisan seperti ceramah, pengajian, kultum atau ajakan lainnya yang menjurus pada kebaikan dan nilai-nilai Islam. PRM Gunungpring menjalankan *dakwah bil lisan* dengan mengadakan pengajian rutin tiap Ahad, serta pengajian khusus lainnya seperti pengajian ibu-ibu, pengajian remaja dan pengajian anak-anak. Sedangkan, *dakwah bil hal* adalah dakwah yang dilakukan berdasarkan tindakan atau aksi nyata, misalnya melalui program tertentu yang menjurus pada kemaslahatan umat. Macam *dakwah bil hal* yang dilakukan oleh PRM Gunungpring adalah melakukan kegiatan kemasyarakatan yang dikoordinir oleh masing-masing Majelis yang dimiliki oleh PRM Gunungpring itu sendiri, seperti: pembinaan guru dan pengoptimalan masjid serta musala (Majelis Kader dan Dakwah), penguatan lembaga TK/PAUD, SD dan SMP, peningkatan sarana dan prasarana sekolah (Majelis Pendidikan), pengembangan Amal Usaha Muhammadiyah (Majelis Ekonomi), pengoptimalan kegiatan wakaf (Majelis Wakaf dan ZIS) dan pengoptimalan sektor-sektor kesehatan (Majelis Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat).

Pengembangan dakwah yang dilakukan oleh PRM Gunungpring melibatkan *lisan dan hal* untuk memaksimalkan kegiatan dakwah berkemajuan agar dapat diterima oleh masyarakat. Keterlibatan *dakwah bil hal* diharapkan dapat mengaktualisasikan nilai-nilai keislaman yang tidak berhenti di tahap *tabligh* atau penyampaian semata. Namun diwujudkan sebagai penerapan Islam sebagai agama rahmat bagi seluruh alam atau *rahmatan li al'amin*.

Segala kegiatan yang telah dilaksanakan oleh PRM Gunungpring merupakan bagian dari taktik dan strategi untuk mengembangkan dakwah Muhammadiyah agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat dapat dengan baik menerima dakwah tersebut.

Segala kegiatan PRM Gunungpring juga merupakan upaya persuasif yang berupa kegiatan-kegiatan kemasyarakatan di samping pengajian Ahad sebagai bentuk komunikasi persuasif yang lain. Sesuai dengan credo Muhammadiyah yaitu “berkemajuan”, maka PRM Gunungpring berusaha untuk mengembangkan dakwah dengan sayap berkemajuan pula, sehingga dakwahnya tetap dekat di masyarakat, dapat diterima dan bisa dengan maksimal melakukan upaya-upaya pencerahan.

Sementara itu, PRM dan PCM lainnya yang memiliki prestasi dengan indikator berbeda antar tiap ranting dan cabangnya ialah berdasarkan aspek Kepemimpinan dan organisasi : PCM Cileungsi Bogor, PCM Sukajadi Bandung, PRM Nitikan kota Yogyakarta, PRM Gunungpring muntilan Magelang.

aspek Pembinaan Jamaah dan Pengajian : PCM Semin Gunung Kidul, PCM Kalibening Banjarnegara, PCM Panawuan Garut, PCM Majenang Cilacap, PRM Sumbersari Ciparay Kab Bandung, PRM Nggodog dan PRM Payaman Solokura Lamongan, PRM Plompong Sirampog Brebes, PRM Pandes Plered Bantul, PRM Tamanagung 1 Muntilan kab Magelang. Aspek Managemen Keuangan dan SDM: PCM Cileungsi Bogor, PCM BABAT Lamongan, PCM Sukajadi kota Bandung, PRM Gunungpring Muntilan Magelang. Aspek AUM kreatif Inovatif dan solutif: PCM Babat lamongan dengan : Perumahan Muhammadiyah Puncakwangi, PCM Sukacadi dengan : Penginapan, minimarket pusat kulinernya, kursus bhs inggris, panti Bayi Sehat, PCM Purwoharjo Banyuwangi dengan: agrobisnisnya (tanah 68 hektar), PRM Longkeyang kec Bodeh Peralang dengan gerakan wakaf produktif berupa pengelolaan Tanah danTanaman Produktif serta desa wisata.

Aspek AUM Unggulan dan besar: PCM Delanggu Klaten dengan RS PKU Muh Delanggu (240 TT) mampu terus tumbuh dan membesar tanpa utang, PCM Gombang Kebumen dg RSU PKU Muh Gombang (200an TT) dan STIKES Muh, PCM babat dg RSM , SMA dan SMK Muh nya yg memiliki prestasi nasional dan international,PCM Rawamangun Jakarta

Timur dengan Sekolah dan Panti asuhannya, PRM Gunungpring Muntilan Magelang dg SD Muh dan SMP Muh nya yang menjadi pilihan utama umat, juga memiliki 18 mobil baru untuk antar jemput siswa. Aspek Pemberdayaan ekonomi dan Ummat: PCM Krembangan Surabaya, PCM Purwoharjo Banyuwangi, PCM Cilongok Banyumas, PRM Longkeyang Bodeh Pematang. Aspek Media dakwah/media informasi : PCM Semin dengan radio komunitasnya,PCM Kepil Wonosobo dg radio komunitasnya.

Muhammadiyah dalam kronologi perjuangannya mengalami permasalahan yang beragam dari waktu ke waktu. Segelintir keadaan tersebut digambarkan dalam penelitian tentang Muhammadiyah oleh Mulkan (2010) yang menceritakan bagaimana islamisasi terjadi di daerah kecamatan Wuluhan, Jember, Jawa Timur. Daerah pedesaan yang selalu dijadikan obyek sasaran kristenisasi dan aktivitas supernatural, membuat ormas Islam seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama bergegas untuk menciptakan gerakan islamisasi di daerah tersebut. Kelahiran Muhammadiyah di Jember berawal dari ambisi untuk menyebarkan islam di tengah kemelut Wuluhan yang masyarakat pedesaannya masih menganut kepercayaan magis terhadap hasil usaha tani yang mereka miliki (Mulkan, 2010: 30). Di tengah masyarakat yang percaya pada supernatural tersebut, Muhammadiyah berhasil masuk hingga mampu memiliki 12 ranting yang tersebar di 7 desa. Hasil penelitian tentang Muhammadiyah yang dicuat pada *Marhaenis Muhammadiyah* oleh Mulkan menggambarkan Muhammadiyah ketika melakukan islamisasi. Suatu hal yang menunjukkan bagaimana Muhammadiyah memulai untuk menetap dan berkembang di suatu daerah dan bagaimana sebuah dakwah akan dimulai.

Sedangkan ranting Jebres Solo, berhasil menyerukan dakwah Muhammadiyah melalui kesenian Ketoprak. Kesenian tersebut dibentuk pada tahun 1985 dan dikelola oleh Remaja Masjid Al-Kahfisi Ranting Muhammadiyah Jebres. Kelompok kesenian tersebut memiliki

nama “Krida Taruna Budaya”, melalui kesenian inilah penyebaran dakwah Muhammadiyah dapat diluaskan. Biasanya, setiap pertunjukan ketoprak membawakan cerita tentang keagamaan dan memuat pesan dakwah, sehingga para penonton tertarik dan akhirnya terlibat dalam persyarikatan Muhammadiyah. Ranting Jebres menunjukkan bahwa hakikat dakwah dapat dibawakan dengan media apapun, termasuk media kesenian. Seperti yang dianalogikan oleh KH Ahmad Dahlan yang menggambarkan agama dengan cara memainkan musik biola pada zaman dahulu (Kusmartuti, 2012: 138).

Sementara itu, penelitian ini berusaha mendeskripsikan bagaimana upaya persuasi ranting Muhammadiyah Gunungpring Muntilan dalam mengembangkan dakwah islam berkemajuan. Setelah ditetapkan sebagai ranting unggulan oleh LPCR Jawa Tengah yang dinilai dari segi Amal Usaha Muhammadiyah Gunungpring, perjuangan ranting Gunungpring dalam berdakwah mendapatkan tantangan yang lebih besar lagi. Sebagai ranting yang berada di kawasan sasaran kristenisasi, Muhammadiyah Gunungpring memiliki suatu kegiatan yaitu melakukan pendekatan terhadap para mualaf untuk dilakukan pembinaan serta melakukan upaya preventif agar kristenisasi di Muntilan tidak semakin meluas lagi. Dengan kajian yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini menyoal tentang komunikasi persuasif suatu ranting dalam berdakwah yang harus sesuai dengan tujuan untuk mewujudkan Muhammadiyah dan Indonesia yang berkemajuan.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Mengacu pada latar belakang, rumusan masalah yang diperoleh adalah:

Bagaimana Komunikasi Persuasif Pimpinan Ranting Muhammadiyah Gunungpring dalam mengembangkan dakwah Muhammadiyah Periode 2011-2016 di Desa Gunungpring, Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk: Mendeskripsikan komunikasi persuasif Pimpinan Ranting Muhammadiyah Gunungpring dalam mengembangkan dakwah Muhammadiyah.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat penelitian ini diantaranya adalah:

#### **1. Manfaat teoritis**

Secara *teoritis*, sebagai referensi untuk memahami komunikasi persuasif dalam mengembangkan dakwah Muhammadiyah di tengah perubahan masyarakat.

#### **2. Manfaat praktis**

Secara *praktis*, sebagai tindakan nyata dalam upaya komunikasi persuasif pengembangan dakwah Muhammadiyah yang sarat perjuangan dan dakwahnya harus selalu diperbaharui mengingat perubahan zaman dan perubahan manusia yang terus terjadi, sehingga dakwah tetap bisa diterima oleh masyarakat secara keseluruhan. Kemudian, manfaat praktis selanjutnya adalah menjadikan penelitian terhadap PRM Gunungpring yang unggul ini sebagai pemicu PRM lain agar bisa meniru atau bahkan lebih unggul dari PRM Gunungpring, sehingga kualitas Muhammadiyah semakin bagus hingga ke ranah Ranting.

### **E. KAJIAN TEORI**

Beberapa kajian teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Komunikasi persuasif**

Persuasi menjadi sesuatu yang dibutuhkan dalam sebuah komunikasi. Dalam hal memberi pengaruh, persuasi merupakan proses komunikasi yang dibutuhkan.

Persuasi memiliki pengertian tersendiri, yaitu:

- Merupakan suatu proses komunikasi. Proses ini lebih menekankan pada pesan yang diterima. Proses ini juga dipengaruhi oleh isi dan hubungan yang terjadi hingga akhirnya mampu mempersuasi.
- Merupakan suatu proses belajar. Persuasi adalah suatu proses perseptual yang dialami manusia sebagai makhluk pencari makna. Manusia akan memantau stimulus yang masuk, dan melakukan *filter* untuk kemudian memutuskan sikap terhadap tindakan persuasi yang diterima.
- Merupakan suatu proses adaptif. Suatu proses yang sengaja dirancang untuk mengubah sikap dan kebijakan yang telah disesuaikan sehingga bisa mempengaruhi khalayak.
- Merupakan sebuah proses ketidakseimbangan dan penyeimbangan kembali. Ketidakseimbangan merupakan kondisi psikologi yang tidak menenangkan, sehingga kadang hal tersebut ditinggalkan untuk menuju keseimbangan. Ketidakseimbangan dapat dikurangi dengan cara melakukan perubahan unsur psikologis, pertarungan psikologis dan pelarian psikologis (Malik, 1994: 33).

Sedangkan menurut Gamble (2006), persuasi merupakan sebuah proses komunikasi yang bertujuan untuk mengubah pikiran dan perilaku. Ada empat tujuan komunikasi persuasif, diantaranya:

- *Adoption* (adopsi), upaya adopsi dilakukan jika perubahan yang diharapkan adalah penerimaan sebuah ide baru, sikap, atau kepercayaan oleh komunikan.
- *Discontinuance* (penghentian), upaya penghentian dilakukan jika perubahan yang diharapkan adalah berhentinya seseorang atau kelompok dari perilaku yang saat ini masih dilakukan.

- *Detterence* (pencegahan), upaya ini dilakukan jika perubahan yang diharapkan adalah cara berpikir seseorang terhadap sesuatu.
- *Continuance* (kelanjutan), upaya ini dilakukan jika perubahan yang diharapkan adalah tetap terlaksana atau terjadinya perilaku-perilaku yang saat ini sedang atau sudah dilakukan.

Dapat disimpulkan bahwa persuasi adalah sebuah proses perubahan sikap, kepercayaan, nilai dan perilaku. Efek persuasi bersumber pada perubahan sikap yang kemudian mengarah pada perubahan opini, perubahan persepsi dan perubahan efek. Faktor penting yang menunjang efektivitas komunikasi persuasif yaitu komunikator, isi pesan dan komunikan. Relasi antara komunikasi dengan upaya persuasif adalah untuk mempengaruhi orang lain dengan mengubah kepercayaan, nilai, atau sikap (Suciati, 2015: 237).

Pendapat lain menyebutkan bahwa komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan memberikan pengaruh (Alvonco, 2014:26) . Adanya pemahaman dari komunikan diharapkan dapat memberikan pengaruh atau menghasilkan suatu respons dari diri komunikan, yaitu berupa tanggapan atau bentuk reaksi lainnya. Komunikan akan melakukan upaya persuasif, baik melalui kata-kata atau tindakan, sehingga proses pemberian pengaruh oleh komunikator pada komunikan akan berjalan dengan lancar.

Komunikasi dan persuasi memiliki domain yang sangat luas, dalam tiap proses interaksi terdapat komunikasi dan persuasi. Persuasi biasanya berfokus di sekitar upaya dari satu sumber untuk menanamkan nilai-nilai. Pesan persuasif yang efektif akan melibatkan unsur lain seperti *mood* positif komunikan terhadap penyajian obyek persuasif, fungsi dari atribut pesan, isi pesan, pengaturan pesan dan penerima pesan. Efek komunikasi persuasif menjadi tiga bagian yaitu kognitif,

afektif dan konatif. Sehingga komunikasi persuasif pada hakikatnya untuk mengubah sikap atau perilaku manusia, entah sikap yang berhenti pada efek kognitif, afektif atau bahkan konatif.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai (Rakhmat, 2012:39). Sikap bukanlah perilaku, tapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku. Sikap memiliki obyek, yakni benda, orang, tempat, gagasan, situasi atau kelompok. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan sikap tentu dipengaruhi dan diikuti oleh obyek sikap, baik sikap tersebut diikuti oleh kata “terhadap” atau “pada”. Dalam ilmu sosial, sikap mengandung aspek evaluatif karena di dalamnya terdapat nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan (Ben dalam Rakhmat, 2012:39). Sikap memiliki daya pendorong dan motivasi, sikap juga timbul dari pengalaman, sehingga sikap dapat diperteguhkan atau bahkan diubah (Rakhmat, 2012:39). Dalam komunikasi persuasif, upaya persuasi yang efektif akan menimbulkan dorongan atau motivasi pada seseorang untuk mengubah perilakunya.

#### **a. Teori komunikasi persuasif**

Malik (1993:21) menyebutkan bahwa teori komunikasi persuasif yang mempengaruhi penerima pesan untuk mengubah perilakunya adalah *Teori Fungsional Persuasi*. Teori ini mengatakan bahwa strategi persuasi yang baik akan terjadi apabila komunikan telah dengan sadar mengetahui, mengerti dan menerima pesan persuasi dengan baik. Sehingga, ketika komunikan sudah mencerna pesan dengan baik, maka kemungkinan perubahan perilaku mulai muncul. Maka penerapan teori ini dalam kegiatan persuasi akan relevan, mengingat bahwa

persuasi merupakan kegiatan yang memberi tahu, memberi pemahaman dan mengajak untuk berbuat sesuatu atau mengubah perilaku.

### **b. Teknik komunikasi persuasif**

Hogan (2007) menyebutkan bahwa beberapa teknik persuasi yang dapat dilakukan dalam aktivitas komunikasi persuasif yaitu:

1. Penggunaan pertanyaan secara ahli (*The masterful use of question*)

Upaya ini diharapkan dapat mempersuasi karena pertanyaan yang dikemas dengan baik dapat menimbulkan rasa penasaran, menetapkan nilai-nilai dan mengarahkan percakapan. Misalnya seorang ustadz yang melayangkan pertanyaan kepada jama'ah: "Mengapa seseorang bisa menghafal Al-Qur'an dalam waktu singkat?", maka jama'ah akan antusias untuk mendengarkan arahan-arahan selanjutnya (Hogan, 2007: 91).

2. Kata-kata yang kuat (*Power words*)

Pemilihan kata-kata yang tepat sehingga dapat menciptakan komunikasi yang efektif merupakan suatu faktor yang harus diperhatikan agar upaya persuasif berjalan dengan baik. Kata-kata yang kuat bisa berupa pernyataan positif atau motivasi. (Hogan, 2007: 91).

3. Teknik tekanan waktu (*Time-Pressure Technique*)

Pada teknik ini, penekanan waktu terus dilakukan untuk menciptakan suasana kesegeraan sehingga upaya persuasi akan berjalan dengan baik karena komunikator merasa bahwa hal tertentu harus dilakukan dengan segera. Misalnya arahan tentang pentingnya salat lima waktu dengan tepat waktu (Hogan, 2007: 92)

#### 4. Teknik kredibilitas (*Credibility Technique*)

Kredibilitas akan memberikan pengaruh pada keberlangsungan komunikasi persuasif, karena pembawaan pesan yang dilakukan oleh komunikator yang memiliki kredibilitas akan memiliki nilai lebih jika dibandingkan dengan komunikator yang tidak memiliki kredibilitas (Hogan, 2007:82).

#### 5. Penetapan langkah masa depan (*Future Pacing*)

Pesan persuasif juga bisa dikemas dengan nuansa masa depan, seperti komunikator mengangkat tentang pentingnya suatu hal untuk keperluan di masa depan (Hogan, 2007: 92)

### c. Tahap komunikasi persuasif

Kegiatan komunikasi persuasif merupakan kegiatan yang membutuhkan persiapan-persiapan lebih agar mampu memberikan pengaruh pada komunikan (Alvonco, 2014: 117). Adapun tahap komunikasi persuasif terdiri dari:

- 1) Menginformasikan, yakni proses memberikan informasi yang sesuai dengan validitas, menarik dan sesuai dengan kebutuhan komunikan. Tahap ini membuat komunikan dari tidak tahu menjadi tahu dan sudah tahu menjadi bertambah tahu.
- 2) Menjelaskan, yakni proses memberikan deskripsi kepada komunikan sehingga komunikan menjadi lebih paham dan memiliki gambaran tentang apa yang diinformasikan oleh komunikator.
- 3) Meyakinkan, yakni proses membentuk atau mengubah persepsi komunikan agar terpengaruh oleh pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator.

## 2. Konsep Dakwah

Sebagai perbuatan atau aktivitas, dakwah adalah peristiwa komunikasi di mana da'i (komunikator) menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u (komunikan) dengan tujuan mempengaruhi, mengajak, atau membujuk mad'u untuk melakukan perintah-perintah Allah yang terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.

### a. Jenis-jenis dakwah

Menurut Romli (2013: 11), dakwah dalam prakteknya memiliki beberapa jenis yaitu:

- 1) Dakwah *bil lisan*, dakwah yang disampaikan dalam bentuk perkataan. Seperti pengajian, ceramah, khutbah dan lain-lain.
- 2) Dakwah *bil hal*, dakwah melalui aksi atau tindakan nyata untuk mempraktekkan ilmu-ilmu yang didapat selama dakwah *bil lisan*.

### b. Dakwah sebagai Bentuk Komunikasi Persuasif

Dakwah pada dasarnya merupakan bentuk komunikasi persuasif yang bisa dilakukan oleh perseorangan, kelompok atau massa (Suciati, 2015: 262). Dalam pelaksanaannya, dakwah memiliki beberapa prinsip yaitu:

#### 1) Menumbuhkan motivasi masyarakat

Agar dakwah berjalan dengan lancar, hendaknya suatu konten dalam berdakwah juga diatur dengan baik. Misalnya seorang da'i dapat menyampaikan pesan terkait kebutuhan manusia, mengutarakan pentingnya sesuatu, dan mengangkat topik yang dapat menimbulkan rasa ingin tahu dari para mad'u.

#### 2) Menarik perhatian masyarakat

Materi yang bermuatan menarik akan mampu menarik masyarakat pula. Pemilihan materi yang menarik akan mampu meningkatkan animo masyarakat untuk bisa menaruh perhatiannya pada penyampaian pesan-pesan yang berlangsung dalam proses dakwah.

3) Mengutamakan kegunaan materi dakwah

Seorang da'i sebagai komunikator harus mampu menguasai materi dakwah yang akan disampaikan. Kemampuan da'i dalam berkomunikasi akan mampu mempengaruhi efektivitas dakwah itu sendiri.

4) Menyampaikan dengan gaya bahasa yang indah dan lembut

Pemilihan bahasa juga harus diperhatikan dalam berdakwah. Hendaknya da'i terlebih dahulu mengenali target dakwahnya, karena bagaimanapun pemilihan bahasa dakwah yang ditujukan untuk orang dewasa akan berbeda dengan bahasa yang disampaikan untuk anak-anak. Oleh karena itu, pemilihan bahasa sangat penting untuk dilakukan.

5) Menjelaskan materi dakwah

Setelah dilakukan pemilihan tema dan bahasa oleh da'i, hendaknya da'i bersikap fokus ketika menyampaikan isi dakwah. Da'i tidak boleh terlalu banyak membicarakan suatu hal yang berada di luar tema, karena hal ini akan mempengaruhi mad'u dalam menangkap pesan.

6) Mengulang-ulangi kalimat yang perlu

Komunikasi yang efektif dapat dilakukan melalui pengulangan kalimat yang perlu ditekankan oleh da'i. Upaya pengulangan kalimat itu bertujuan untuk membuat mad'u dapat dengan mudah menangkap apa tujuan atau poin yang ingin disampaikan oleh da'i.

Sedangkan menurut Ilaihi (2010:23), prinsip dakwah jika ditinjau dari da'i makna persepsi dari masyarakat secara jama' adalah:

- 1) Dakwah sebagai tabligh, wujudnya adalah ketika mubaligh menyampaikan ceramah atau pesan dakwah kepada masyarakat (mad'u).
- 2) Dakwah sebagai ajakan
- 3) Dakwah sebagai pekerjaan menanam, mengandung arti mendidik manusia agar bertingkahtaku sesuai dengan hukum Islam.
- 4) Dakwah sebagai akulturasi nilai
- 5) Dakwah sebagai pekerjaan membangun.

### **c. Obyek Kajian Dakwah**

Obyek kajian dakwah ialah hubungan interaksional antara subyek dakwah dan subyek sasaran dakwah dengan menggunakan metode, media, dan materi dakwah tertentu untuk mencapai suatu tujuan (Ilaihi, 2010: 29). Obyek kajian dakwah meliputi:

- 1) Da'i, sebagai komunikator yang menyampaikan dakwah.
- 2) Mad'u, sebagai komunikan yang menerima dakwah.
- 3) Metode, suatu cara yang dilakukan oleh da'i dalam menyampaikan dakwah.
- 4) Materi, suatu bahan atau pembahasan yang akan disampaikan oleh da'i dalam proses dakwah.
- 5) Media, penggunaan media yang dilakukan dalam proses berdakwah.
- 6) Tujuan dakwah, merupakan poin atau target yang diharapkan oleh da'i setelah usai menyampaikan dakwah.

#### **d. Bentuk-bentuk Dakwah Islam Berkemajuan di Muhammadiyah**

Visi berkemajuan di persyarikatan Muhammadiyah menjadi acuan untuk setiap kegiatan yang diadakan Muhammadiyah. Muhammadiyah berupaya untuk melibatkan nilai-nilai berkemajuan atau nilai yang sesuai dengan kebutuhan zaman dalam setiap kegiatan Muhammadiyah. Adanya visi berkemajuan ini mendorong adanya perubahan sosial di masyarakat Muhammadiyah, termasuk perubahan sosial yang lahir karena kegiatan dakwah Muhammadiyah. Sesuai dengan beberapa poin penting hasil Muktamar Muhammadiyah ke-47, dalam mewujudkan dakwah yang berkemajuan, Muhammadiyah akan menggiatkan dakwah komunitas dan menegakkan kegiatan persyarikatan yang berbasis keilmuan.

Dakwah merupakan bagian dari aktivitas keagamaan. Seiring dengan terjadinya perubahan zaman, maka dakwah pun mengalami perkembangan dalam pelaksanaannya. Perkembangan dakwah dapat melahirkan perubahan sosial di masyarakat. Dakwah yang penyampaiannya lebih universal dengan melibatkan aspek politik, ekonomi, sosial dan bidang-bidang kemasyarakatan lainnya akan mampu mempengaruhi masyarakat sehingga terjadilah perubahan sosial. Dakwah dalam membentuk perubahan sosial juga bisa diidentikkan dengan proses mencakup segenap cara berpikir dan bertingkah laku yang muncul karena interaksi yang bersifat komunikatif seperti menyampaikan pesan dakwah secara simbolis (Ilaihi, 2010: 151). Proses perubahan masyarakat terjadi karena manusia adalah makhluk yang berpikir dan bekerja (Basit, 2006: 203). Sehingga muncullah perubahan-perubahan di masyarakat dalam bidang ekonomi, politik, sosial, dan agama.

Agama memiliki pengaruh dalam hal perubahan sosial, seperti yang dikemukakan oleh Max Weber terkait Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme. Weber mengungkapkan bahwa asketisme Kristen merupakan sumber pendekatan rasional dan sistematis yang mendorong Kapitalisme di Barat. Kemudian kajian Weber juga diikuti oleh Robert N. Bellah yang mengkaji agama Tokugawa. Menurutnya, Tokugawa adalah faktor penting dalam modernisasi Jepang karena Tokugawa mengajarkan tentang pentingnya bekerja keras, menghindari pemborosan waktu dan hidup hemat serta jujur. Sehingga, dua kajian tersebut menunjukkan bahwa agama memiliki pengaruh yang berarti dalam melakukan perubahan pada manusia. Perubahan sosial yang dipengaruhi oleh agama diakibatkan karena para pemeluk agama mampu mengaplikasikan nilai-nilai keagamaan dalam aktivitas sehari-hari dan dalam kerja-kerja kemanusiaan (Basit, 2006: 207).

Agama Islam, juga memiliki pengaruh untuk mendorong terjadinya perubahan sosial terhadap para pemeluknya. Perubahan itu dapat disebabkan karena salah satu aktivitas keagamaan yaitu dakwah. Dakwah sebagai aktivitas keagamaan yang pelaksanaannya berupa proses interaksi sosial, mengakibatkan lahirnya perubahan-perubahan sosial di masyarakat (Ilaihi, 2010: 131).

Kegiatan dakwah dalam prakteknya berkaitan dengan teori sosial yakni *Teori Perubahan Sosial*. Perubahan sosial terjadi karena adanya perubahan dalam unsur-unsur yang mempertahankan keseimbangan masyarakat seperti unsur geografis, biologis, ekonomis, atau kebudayaan (Ilaihi, 2010: 143). Kemudian *Teori Perubahan Sosial* diturunkan menjadi beberapa kerangka acuan teori yang salah satunya adalah *Teori Keseimbangan*. Teori ini mengatakan bahwa masyarakat merupakan sekelompok orang yang saling bahu membahu untuk menghidupkan

kegiatan di masyarakat, sehingga terbentuklah kedudukan yang harmonis dan lahiriah keseimbangan (Ilaihi, 2010: 144). Hal tersebut senada dengan aktivitas dakwah yang membutuhkan peran bahu-membahu antar masyarakat untuk mewujudkan Islam yang *rahmatan lil alamin*.

Bentuk-bentuk perubahan sosial kemasyarakatan sebagai salah satu dampak dari pelaksanaan dakwah menjadi suatu bukti bahwa dakwah bukanlah kegiatan yang berhenti di tahap lisan saja, melainkan juga tindakan. Tindakan atau aksi dalam suatu dakwah yang bertujuan untuk memberikan contoh perilaku atau akhlak yang baik termasuk dalam *dakwah bil hal*, yakni dakwah yang sarat perjuangan dan pelaksanaannya berupa tindakan atau aksi nyata. Hal tersebut senada dengan gerakan Muhammadiyah yakni suatu gerakan dakwah yang fokus pada visi *amar ma'ruf nahi munkar*, yang berarti mengajak pada kebaikan dan mencegah pada keburukan. Berangkat dari visi tersebut, maka strategi Muhammadiyah dalam melaksanakan aktivitas dakwah yang mengajak pada kebaikan dan menjauhi keburukan juga dapat dilakukan melalui bentuk-bentuk dakwah yang sesuai dengan masyarakat, sehingga terjadilah perubahan sosial masyarakat ke arah yang lebih baik.

Muhammadiyah sebagai pelopor pembaruan Islam yang bergerak sejak awal abad ke-20 berhasil menghadirkan perubahan sosial dari masyarakat desa ke masyarakat kota, masyarakat agraris ke masyarakat industri dan masyarakat tradisional ke masyarakat modern (Kuntowijoyo dalam Nashir, 2010: 407). Perubahan sosial masyarakat dalam bentuk *dakwah bil hal* sangat menonjol dalam gerakan Muhammadiyah, wujud dari dakwah tersebut meliputi bentuk amal usaha di bidang pendidikan, ekonomi, kesehatan dan lain-lain, sehingga Muhammadiyah

juga dikenal sebagai gerakan sosial kemasyarakatan atau sosial keagamaan (Nashir, 2010: 264).

Muhammadiyah meneguhkan arusnya menjadi dakwah berkemajuan. Seperti visi Muhammadiyah yang dilontarkan pada Muktamar ke-47 ialah Muhammadiyah yang profesional, modern, maju, mandiri, unggul dan berperan strategis dalam kehidupan keumatan, kebangsaan, dan kemanusiaan yang universal (Nashir, 2016: 5). Dalam Muktamar ke-47 di Makassar yang membawa tema Islam Berkemajuan menjadi wacana yang meluas dan menunjukkan gerakan Islam yang didirikan oleh KH Ahmad Dahlan ini telah memperoleh tempat dan penghargaan yang positif baik di kancah nasional internasional. Visi Muhammadiyah berkemajuan tersebut harus dipegang teguh oleh seluruh tataran Muhammadiyah dari pusat hingga ranting karena Muhammadiyah sebagai organisasi, tentu bergerak dan berkembang secara kolektif dan tersistem, bukan laju perorangan. Eksistensi Muhammadiyah yang saat ini masih terjaga juga dikarenakan gerakannya yang mampu bergerak membumi. Hal tersebut dapat dilihat dari amal usaha dan dakwah *bil hal* yang Muhammadiyah persembahkan untuk masyarakat luas.

Seperti yang dilakukan oleh Pimpinan Ranting Muhammadiyah Gunungpring (PRM Gunungpring), kecamatan Muntilan, kabupaten Magelang dalam mengembangkan dakwah Muhammadiyah berkemajuan di tengah masyarakat. Muhammadiyah Gunungpring merealisasikan salah satu poin keputusan Muktamar ke-47 dalam persyarikatannya yakni menghidupkan dakwah komunitas. Muhammadiyah Gunungpring mengadakan dakwah komunitas yang fokus pada paguyuban mualaf, kegiatan ini bertujuan untuk membina dan mendampingi para mualaf yang ada di Muntilan. Hal tersebut adalah upaya dari pembendungan kristenisasi yang ada di Gunungpring maupun sekitarnya. Diketahui bahwa

Muntilan adalah pusat kristenisasi, sehingga unsur penyebaran misi kristen di daerah sana masih sangat kental. Maka peran Muhammadiyah Gunungpring harus lebih ketat lagi dalam membina umat di Gunungpring. Selain melakukan pendekatan langsung terhadap masyarakat, Muhammadiyah Gunungpring juga berusaha untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Gunungpring sebagai upaya perlawanan terhadap gerak-gerik misionaris yang menyebarkan kristen melalui bangku sekolah. Peningkatan kualitas pendidikan yang dilakukan oleh Muhammadiyah Gunungpring juga berangkat dari ghirah Muhammadiyah Gunungpring yang sudah mendapatkan kategori ranting terbaik se-Jawa Tengah. Menurut Tranggono Murti saat diwawancarai pada 31 Oktober 2016, mengatakan bahwa ranting Gunungpring adalah ranting yang unggul pada kategori Amal Usaha Muhammadiyah dalam bidang pendidikan. Dengan adanya Amal Usaha Muhammadiyah yang unggul dalam bidang pendidikan tersebut, mampu mengubah masyarakat Gunungpring menjadi masyarakat yang peduli dan sadar akan urgensi pendidikan. Berdasarkan wawancara penulis dengan Slamet, tokoh perintis Muhammadiyah di Gunungpring, sejak awal berdirinya Muhammadiyah Gunungpring memang selalu konsen pada bidang pendidikan. Bidang pendidikan yang ditegakkan oleh Muhammadiyah di Gunungpring adalah sebuah respon dari menggeliatnya aktivitas kristenisasi yang gencar sejak sebelum berdirinya Muhammadiyah di Gunungpring yaitu pada tahun 1960-an. Para misionaris yang menyebarkan ajaran Kristen di Muntilan itu mengawali pergerakannya melalui pembangunan gedung-gedung sekolah di Muntilan, sehingga Muhammadiyah Gunungpring berusaha melawan arus kristenisasi itu melalui jalur pendidikan pula. Pada akhirnya, pola pikir masyarakat terkait pentingnya pendidikan mulai tertanam pasca menggeliatnya perkembangan sekolah sebagai Amal Usaha Muhammadiyah

di Gunungpring (Muhajir, Hasil wawancara, 31 Oktober 2016). Hal tersebut menunjukkan bahwa Amal Usaha Muhammadiyah yang merupakan bagian dari dakwah dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk mendorong terjadinya perubahan sosial. Menggeliatnya perkembangan sekolah di Gunungpring merupakan salah satu ciri Muhammadiyah sebagai pergerakan yang menaruh fokus pada pendidikan. Sekolah sebagai lembaga keilmuan memiliki peran penting untuk turut serta dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Sesuai dengan salah satu poin hasil Muktamar Muhammadiyah ke-47, tentang Muhammadiyah yang berambisi untuk meningkatkan dan menggerakkan kembali basis keilmuan. (<http://www.muhammadiyah.or.id/id/news-7670-detail-haedar-nashir-jadilah-kader-muhammadiyah-yang-haus-ilmu.html>, diakses tanggal 4 November 2016).

Jihad pendidikan yang dipegang oleh Muhammadiyah Gunungpring merupakan salah satu warisan KH. Ahmad Dahlan yang selalu mendengungkan pentingnya peran pendidikan. Seperti yang dikatakan oleh KH. Ahmad Dahlan yakni:

“Muhammadiyah sekarang ini berbeda dengan Muhammadiyah pada masa mendatang, karena itu hendaknya muda mudi warga Muhammadiyah menuntut ilmu pengetahuan di mana saja. Jadilah guru kembali pada Muhammadiyah, jadilah dokter kembali pada Muhammadiyah. Jadilah Meester, Insinyur dan lain lain, dan kembalilah kepada Muhammadiyah.” (Anshoriy, 2010: 162)

Muhammadiyah sebagai gerakan dakwah pembaruan memasuki masa depan yang penuh tantangan dan memerlukan basis pemikiran yang kaya serta berorientasi pada kemajuan. Sehingga dalam berupaya untuk mewujudkan kemajuan tersebut, selalu akan terjadi perubahan-perubahan di masyarakat, termasuk perubahan sosial.

## F. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang perolehan datanya didapat melalui wawancara, catatan lapangan, foto dokumentasi, catatan atau memo (Moleong, 2002:6). Penelitian ini akan mendeskripsikan subyek penelitian yaitu seluruh elemen Pimpinan Ranting Muhammadiyah dalam mengembangkan dakwah Muhammadiyah di Gunungpring.

### 2. Informan

Informan dalam penelitian ini adalah semua pihak yang memiliki relasi dengan Pimpinan Ranting Muhammadiyah Gunungpring, serta memiliki kapabilitas untuk memberikan informasi kepada peneliti. Informan yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah pengurus inti PRM Gunungpring, ketua-ketua Majelis yang ada di PRM Gunungpring, ketua-ketua ortom Muhammadiyah yang dimiliki Gunungpring, masyarakat Gunungpring itu sendiri dan LPCR PP Muhammadiyah sebagai lembaga yang bertanggungjawab atas Ranting. Daftar informan dalam penelitian ini adalah:

No	Nama	Jabatan
1	Bapak Ahmad	Ketua LPCR PP Muh
2	Bapak Suwarno	LPCR Jawa Tengah
3	Bapak Slamet	Generasi pertama Muhammadiyah Gunungpring
4	Bapak Muhajir	Ketua PRM Gunungpring
5	Bapak Moh Rofi	Ka. Bidang Pendidikan

6	Mbak Uli Simbolon	Penggiat dakwah komunitas mualaf
7	Masyarakat Gunungpring	Target dakwah

Tabel 2

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah

#### a. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung terhadap suatu obyek yang akan diteliti (Keraf, 2004:183). Observasi bertujuan untuk memberikan penguatan terhadap data-data yang telah diperoleh, apakah sesuai atau tidak. Observasi dalam penelitian ini akan mengarah pada keberlangsungan kegiatan-kegiatan dakwah yang diadakan oleh PRM Gunungpring dan masyarakat Gunungpring itu sendiri sebagai obyek pengembangan dakwah Muhammadiyah.

#### b. Wawancara mendalam

Wawancara adalah sebuah kegiatan dalam proses pencarian data yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan yang diwawancarai. (Moleong, 2002:135). Kegiatan wawancara bermaksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain. Adapun jenis wawancara yang ada dalam kepustakaan yaitu wawancara pembicaraan formal, pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara dan wawancara baku terbuka (Patton dalam Moleong, 2002:135) . Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa jenis-jenis wawancara yakni meliputi wawancara oleh tim, wawancara tertutup dan terbuka, wawancara riwayat secara lisan dan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur (Guba & Lincoln dalam Moleong, 2002: 137).

Adapun jenis wawancara yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara pembicaraan informal, wawancara terbuka serta wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Peneliti menggunakan ke-empat jenis wawancara tersebut dengan alasan bahwa wawancara informal adalah jenis wawancara yang teknisnya bergantung pada pewawancara itu sendiri, bergantung pada spontanitas dalam mengajukan pertanyaan. Lalu, wawancara terbuka karena pihak yang diteliti mengetahui bahwa sedang terjadi proses wawancara oleh pihak peneliti. Kemudian, wawancara terstruktur dan tidak terstruktur dipilih dengan rasionalisasi bahwa pemilihan wawancara terstruktur mengharuskan peneliti untuk menentukan sendiri pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk menjawab hipotesa. Terakhir, wawancara tidak terstruktur dipilih untuk mencari data yang unik dari responden. Sehingga biasanya pertanyaan tidak disusun terlebih dahulu dan disesuaikan dengan keadaan responden. Dalam melakukan penelitian di PRM Gunungpring ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak pengurus PRM Gunungpring dengan cara informal, terbuka dan terstruktur atau tidak terstruktur, sesuai dengan jenis data yang hendak diperoleh.

c. Penggunaan dokumen

Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berupa dokumen resmi dalam bentuk data visual ataupun tekstual. Dokumen resmi memiliki bagian yaitu internal dan eksternal (Moleong, 2002:163). Dokumen dapat menyajikan informasi tentang keadaan, aturan, disiplin, dan lain-lain.

Adapun dokumen tekstual yang didapatkan oleh peneliti yaitu berasal dari sekretaris PRM Gunungpring, terkait catatan tiap agenda yang dibukukan. Lalu, dokumen visul didapatkan peneliti melalui pengambilan gambar saat

berlangsungnya kegiatan-kegiatan di PRM Gunungpring itu sendiri. Dokumen visual dapat mengungkapkan suatu kejadian di lapangan, karena memiliki makna secara spesifik terhadap obyek penelitian.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Analisis berarti memberikan makna terhadap data yang diperoleh dari penelitian. Analisis dalam penelitian kualitatif dibagi menjadi dua yakni analisis ketika di lapangan dan analisis pascalapangan (Ismail, 2015: 98).

##### **a. Analisis ketika di lapangan**

Bentuk dari analisis ini adalah induksi. Data yang ditulis dalam catatan refleksi dianalisis guna menemukan dugaan sementara atau hipotesis. Kemudian dari hipotesis tersebut dikembangkan kembali menjadi untuk memperoleh jawaban-jawaban seterusnya.

##### **b. Analisis pascalapangan**

Analisis pascalapangan dapat dilakukan dengan beberapa langkah yaitu:

- 1) Memeriksa keabsahan data. Langkah ini mengharuskan peneliti untuk memeriksa kembali apakah data yang sudah didapatkan sesuai dengan pelaksanaan penelitian atau tidak.
- 2) Menelaah seluruh data yang diperoleh dari penelitian.
- 3) Mereduksi dan mengkategorikan data serta menemukan konsep-konsep lokal. Kegiatan ini harus dilakukan secara simultan karena merupakan satu kesatuan.
- 4) Menafsir dan menyimpulkan.

#### **5. Uji Validitas Data**

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik penguji keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang melibatkan data lain sebagai pembanding. Ada empat macam triangulasi yang biasa digunakan dalam penelitian, yaitu memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori (Denzin dalam Moleong, 2002: 178). Adapun teknik triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi dengan *sumber*. *Triangulasi sumber* yaitu teknik pemeriksaan data yang dilakukan dengan membandingkan informasi lain yang didapat melalui alat dan waktu yang berbeda, tapi tetap menggunakan metode kualitatif. Triangulasi dengan sumber ini akan dilakukan dengan cara:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

## **6. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini mencakup empat bab, dengan rincian singkat sebagai berikut:

BAB I: Membahas tentang latar belakang masalah dalam penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan skripsi.

BAB II: Berisi tentang gambaran umum Pimpinan Ranting Muhammadiyah, meliputi sejarah berdiri, profil, susunan kepengurusan, perkembangan dari masa ke masa dan segala kegiatan yang ada di Pimpinan Ranting Muhammadiyah.

BAB III: Meliputi sajian data dan analisis data. Membahas bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan oleh PRM Gunungpring dalam mengembangkan dakwah Muhammadiyah. Menafsirkan fenomena “mengapa” dan “bagaimana” bentuk komunikasi persuasif itu bisa terjadi dengan melibatkan pengurus PRM Gunungpring dan masyarakat sebagai obyek pengembangan dakwah.

BAB IV: Membahas tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.