

ABSTRAK

Redi Lukmansyah. 2026. Strategi Komunikasi Dakwah Pdm Kepahiang Dalam Meningkatkan Keanggotaan Muhammadiyah. Pembimbing: Dr. Mukhlizar, M.I.Kom.

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi dakwah Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kepahiang dalam meningkatkan keanggotaan Muhammadiyah. Muhammadiyah di Kabupaten Kepahiang memiliki potensi besar, namun pertumbuhan keanggotaan belum optimal, terutama di kalangan generasi muda, akibat strategi komunikasi yang masih konvensional dan terbatasnya pemanfaatan media digital. Penelitian deskriptif kualitatif ini dilaksanakan di PDM Kepahiang dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PDM Kepahiang menerapkan strategi komunikasi dakwah yang bersifat konvensional-partisipatif dengan penekanan pada pendekatan tatap muka, penyesuaian kontekstual pesan, dan pembinaan berkelanjutan. Komunikator utama adalah pimpinan dan pengurus majelis yang kredibel. Pesan dakwah berisi nilai-nilai Islam Berkemajuan, ibadah sesuai Tarjih, serta manfaat amal usaha Muhammadiyah yang disesuaikan dengan karakteristik audiens (petani, pedagang, dan pelajar). Saluran komunikasi dominan adalah lisan (ceramah, khutbah, dan pengajian rutin) serta tulisan (teks khutbah). Meskipun pemanfaatan media digital masih terbatas, strategi ini berhasil meningkatkan jumlah anggota tetap dari sekitar 185 orang (2022) menjadi sekitar 420 orang (2026), sekaligus memperkuat pemahaman dan partisipasi masyarakat. Faktor pendukung meliputi soliditas kepengurusan, sarana prasarana yang memadai, dukungan pemerintah dan tokoh masyarakat, serta pendekatan yang ramah. Kendala utama berupa fluktuasi partisipasi saat musim panen kopi dan keterbatasan digital diatasi melalui penyesuaian jadwal serta pendekatan personal. PDM Kepahiang berencana mengembangkan Baitul Arqam bagi pemuda dan sosialisasi Islam Berkemajuan. Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa strategi komunikasi dakwah PDM Kepahiang yang konvensional-partisipatif telah efektif dalam memperkuat eksistensi organisasi di tingkat lokal. Disarankan agar PDM Kepahiang mengintegrasikan media digital, mengembangkan konten dakwah inovatif, menerapkan sistem evaluasi kuantitatif, serta merancang program khusus generasi muda guna memperluas jangkauan keanggotaan di era digital.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Dakwah, Muhammadiyah, Keanggotaan, PDM Kepahiang.

ABSTRACT

Lukmansyah, Redi. 2026. Da'wah Communication Strategies of the Kepahiang Regional Leadership of Muhammadiyah (PDM) In Increasing Muhammadiyah Membership. Supervisor: Dr. Mukhlizar, M.I.Kom.

This study examines the da'wah communication strategies employed by the Regional Leadership of Muhammadiyah (Pimpinan Daerah Muhammadiyah/PDM) of Kepahiang to increase Muhammadiyah membership. Muhammadiyah in Kepahiang Regency has considerable potential; however, membership growth has not yet been optimal, particularly among younger generations, due to communication strategies that remain largely conventional and limited utilization of digital media. This descriptive qualitative study was conducted at PDM Kepahiang, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis involved data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that PDM Kepahiang employs a conventional-participatory da'wah communication strategy, emphasizing face-to-face approaches, contextual adaptation of messages, and continuous religious guidance. The primary communicators are credible leaders and administrators of Muhammadiyah councils. The da'wah messages convey the values of Islam Berkemajuan (Progressive Islam), religious practices based on Tarjih, and the benefits of Muhammadiyah's charitable and social enterprises, tailored to the characteristics of the target audiences, including farmers, traders, and students. The dominant communication channels are oral communication, including lectures, sermons, and regular religious gatherings, as well as written communication through sermon texts. Although the use of digital media remains limited, this strategy has successfully increased the number of active members from approximately 185 in 2022 to approximately 420 in 2026, while also strengthening community understanding and participation. Supporting factors include organizational solidarity among the leadership, adequate facilities and infrastructure, support from the government and community leaders, and a friendly approach. The main challenges, including fluctuations in participation during the coffee harvest season and limited digital utilization, are addressed through schedule adjustments and personal approaches. PDM Kepahiang plans to develop Baitul Arqam programs for young people and promote the values of Islam Berkemajuan. The study concludes that the conventional-participatory da'wah communication strategy employed by PDM Kepahiang has been effective in strengthening the organization's presence at the local level. It is recommended that PDM Kepahiang integrate digital media into its communication strategies, develop innovative da'wah content, implement a quantitative evaluation system, and design programs specifically for younger generations to expand its membership reach in the digital era.

Keywords: Communication Strategy, Da'wah, Muhammadiyah, Membership, PDM Kepahiang



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan komunikasi dalam konteks organisasi keagamaan merupakan fenomena penting dalam kajian ilmu komunikasi dan dakwah kontemporer. Komunikasi dakwah dipahami sebagai proses penyampaian pesan nilai-nilai keagamaan secara strategis kepada khalayak yang dituju agar terjadi perubahan sikap, pemahaman, maupun perilaku yang selaras dengan tujuan dakwah itu sendiri. Dalam studi komunikasi dakwah, strategi komunikasi tidak hanya dipandang sebagai aspek penyampaian pesan, melainkan sebagai keseluruhan rancangan taktik yang melibatkan pemilihan media, segmentasi audiens, penyusunan pesan, serta proses umpan balik agar tujuan dakwah dapat tercapai secara efektif dan efisien.¹

Dalam kerangka kajian organisasi agama Islam di Indonesia, dakwah memiliki fungsi yang multidimensional: tidak hanya menyebarkan ajaran agama, tetapi juga memperkuat struktur organisasi, membangun komunitas, serta memperluas jaringan keanggotaan. Organisasi seperti Muhammadiyah secara historis berperan besar dalam transmisi nilai-nilai Islam moderat serta dalam dinamika sosial masyarakat Indonesia. Komunikasi dakwah Muhammadiyah melibatkan berbagai pendekatan, termasuk pendidikan formal dan nonformal, kegiatan sosial-keagamaan, serta pemanfaatan media tradisional dan digital untuk menyebarluaskan pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas.² Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia memiliki peran penting dalam menyebarkan dakwah Islam berkemajuan. Hal ini menjadikan Muhammadiyah sebagai organisasi yang adaptif terhadap kebutuhan zaman dan selalu berupaya memberikan solusi bagi permasalahan umat.

Dalam konteks pengembangan organisasi, strategi komunikasi juga dianggap sebagai elemen penting dalam manajemen organisasi dakwah. Komunikasi organisasi yang direncanakan dengan baik tidak hanya meningkatkan aktivitas

¹ M Shohibul Mujtaba and Fitri Setyo Rini, "Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ukhuwwah Islamiyah Anggota Zona Tahfidz Universitas Darussalam Gontor Kampus Putri," *Sahafa Journal of Islamic Communication* 5, no. 2 (2023): 304–12.

² Indra Maulana and Milana Abdillah Subarkah, "Implementasi Komunikasi Dakwah Muhammadiyah Dalam Meningkatkan Kesadaran Agama," *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum* 2, no. 4 (2024): 68–74.

dakwah, tetapi juga dapat memperkuat identitas, budaya organisasi, dan loyalitas anggota. Studi tentang komunikasi organisasi dakwah menunjukkan bahwa pendekatan strategis yang mencakup perencanaan pesan, segmentasi audiens, koordinasi internal, serta penggunaan media yang tepat dapat meningkatkan keterlibatan anggota serta memperluas jangkauan organisasi.³

Muhammadiyah merupakan organisasi Islam yang berorientasi pada dakwah amar ma'ruf nahi munkar melalui pendekatan pendidikan, sosial, dan pemberdayaan umat. Sebagai gerakan dakwah dan tajdid, Muhammadiyah memerlukan strategi komunikasi dakwah yang efektif agar mampu memperluas basis keanggotaan serta mempertahankan eksistensinya di tengah dinamika masyarakat modern. Dalam struktur organisasi Muhammadiyah, Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) memiliki peran strategis sebagai pelaksana kebijakan dakwah di tingkat lokal yang berhadapan langsung dengan realitas sosial masyarakat.⁴

Di Kabupaten Kepahiang, Provinsi Bengkulu, PDM Kepahiang menunjukkan perkembangan kelembagaan yang cukup baik, yang ditandai dengan keberlangsungan kepengurusan, pelaksanaan Musyawarah Daerah secara periodik, serta pengelolaan amal usaha Muhammadiyah, khususnya di bidang pendidikan. Amal usaha Muhammadiyah tidak hanya berfungsi sebagai sarana pelayanan sosial, tetapi juga sebagai media dakwah dan penguatan identitas organisasi di tengah masyarakat.⁵ Kondisi ini menunjukkan bahwa PDM Kepahiang memiliki potensi struktural dan kultural yang cukup besar dalam mengembangkan dakwah Muhammadiyah di tingkat daerah.

Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia memiliki peran penting dalam bidang dakwah, pendidikan, sosial, dan pemberdayaan masyarakat. Di Kabupaten Kepahiang, keberadaan Muhammadiyah didukung oleh berbagai kegiatan dakwah dan amal usaha yang berpotensi menjadi sarana pengembangan organisasi. Namun, jumlah anggota Muhammadiyah di

³ Mia Rafiq M Lubis and Elfi Yanti Ritonga, "Strategi Komunikasi Organisasi Aisyiyah Dalam Meningkatkan Aktivitas Dakwah Pengurus Di Ranting Medan Marelan," *Jurnal PAI Raden Fatah* 6, no. 3 (2024): 832–47.

⁴ Abdul Rohman, "Strategi Komunikasi Dakwah Organisasi Islam Di Era Modern," *Jurnal Komunikasi Islam* 9, no. 2 (2020): 145–60.

⁵ Ahmad Hidayat, "Peran Amal Usaha Muhammadiyah Dalam Penguatan Dakwah Sosial," *Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial* 5, no. 1 (2021): 23–38.

Kepahiang hingga saat ini belum mengalami peningkatan yang optimal. Kondisi tersebut terlihat dari masih terbatasnya partisipasi masyarakat, terutama generasi muda, dalam berbagai kegiatan dan keanggotaan Muhammadiyah. Padahal, potensi dakwah serta amal usaha yang dimiliki Muhammadiyah cukup besar dan dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk bergabung. Belum optimalnya dampak potensi tersebut terhadap pertumbuhan anggota menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengembangkan strategi komunikasi dakwah yang lebih efektif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat.

Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya berbanding lurus dengan peningkatan keanggotaan Muhammadiyah. Pertumbuhan jumlah anggota aktif serta partisipasi masyarakat, khususnya generasi muda, masih relatif terbatas. Hal ini mengindikasikan bahwa pesan dakwah Muhammadiyah belum sepenuhnya tersampaikan secara optimal kepada sasaran dakwah yang semakin beragam. Selain itu, dinamika sosial masyarakat yang semakin kompleks, kuatnya tradisi keagamaan lokal, serta perubahan pola komunikasi akibat perkembangan media digital menuntut adanya strategi komunikasi dakwah yang lebih adaptif dan kontekstual.

Penelitian ini berorientasi pada peningkatan kuantitas keanggotaan Muhammadiyah di Kabupaten Kepahiang yang ditandai dengan bertambahnya jumlah anggota organisasi. Dalam konteks tersebut, strategi komunikasi dakwah dipahami sebagai pendekatan yang digunakan oleh Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kepahiang untuk menarik minat masyarakat, membangun kesadaran, serta mendorong partisipasi masyarakat agar bergabung menjadi anggota Muhammadiyah. Dengan demikian, fokus penelitian ini adalah mengkaji strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh PDM Kepahiang dalam meningkatkan kuantitas keanggotaan Muhammadiyah.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah organisasi Islam tidak hanya ditentukan oleh intensitas kegiatan, tetapi sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi dakwah, pemilihan media, pendekatan persuasif, serta kemampuan membangun kedekatan dengan masyarakat. Strategi komunikasi dakwah yang masih bersifat konvensional dan kurang terencana, serta keterbatasan pemanfaatan media digital, berpotensi menghambat proses internalisasi nilai-nilai

keislaman dan keorganisasian, yang pada akhirnya berdampak pada rendahnya minat masyarakat untuk bergabung sebagai anggota Muhammadiyah.⁶

Kepemimpinan PDM Kepahiang periode 2022–2027 menunjukkan komitmen untuk mengembangkan dakwah yang moderat, dialogis, dan inklusif, sejalan dengan prinsip Islam berkemajuan yang menjadi karakter utama Muhammadiyah. Pendekatan dakwah seperti ini membutuhkan strategi komunikasi yang tidak bersifat konfrontatif, melainkan mampu membangun pemahaman, kepercayaan, dan ketertarikan masyarakat terhadap Muhammadiyah. Oleh karena itu, strategi komunikasi dakwah menjadi instrumen penting dalam memperkuat dan memperluas basis keanggotaan Muhammadiyah di Kabupaten Kepahiang.

Di sisi lain, kajian ilmiah yang secara khusus membahas strategi komunikasi dakwah PDM Kepahiang masih sangat terbatas, sehingga belum tersedia landasan empiris yang kuat sebagai bahan evaluasi dan pengembangan dakwah di tingkat daerah. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah PDM Kepahiang dalam Meningkatkan Keanggotaan Muhammadiyah” menjadi relevan dan penting untuk dilakukan guna mengkaji secara mendalam bentuk strategi komunikasi dakwah yang diterapkan, media yang digunakan, hambatan yang dihadapi, serta upaya optimalisasi strategi dakwah dalam meningkatkan keanggotaan Muhammadiyah secara berkelanjutan.

B. Fokus Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian tercapai. Maka penelitian ini memfokuskan pada strategi komunikasi dakwah yang dilakukan PDM Kepahiang dalam meningkatkan keanggotaan Muhammadiyah.

C. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah

⁶ M. Nur Hidayah, “Efektivitas Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Meningkatkan Partisipasi Keagamaan Masyarakat,” *Jurnal Komunika* 14, no. 2 (2020): 201–15.

strategi komunikasi dakwah yang dilakukan PDM Kepahiang dalam meningkatkan keanggotaan Muhammadiyah?

D. Tujuan dan Manfaat penelitian

a. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah PDM Kepahiang dalam.

b. Manfaat penelitian

selain daripada tujuan, penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi peneliti sendiri dan orang lain pada umumnya. Adapun manfaatnya yaitu :

- **Teoritis:** Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dakwah, khususnya terkait strategi komunikasi organisasi keagamaan.
- **Praktis:** Menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi PDM Kepahiang dalam merancang strategi komunikasi dakwah yang lebih efektif.
- **Sosial:** Memberikan gambaran kepada masyarakat tentang peran Muhammadiyah dalam dakwah Islam berkemajuan serta kontribusinya dalam pembangunan umat.