

GERAKAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI PERSUASIF PADA MASYARAKAT

MUALLAF

Studi Kasus Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah di Dusun Tugunongko

Kabupaten Ponorogo



Oleh:

Alfiana Yuniar Rahmawati

NIM: 19202010016

TESIS

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfiana Yuniar Rahmawati, S.Sos.
NIM : 19202010016
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa naskah **tesis** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah **tesis** ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 25 April 2021

Saya yang menyatakan,



Alfiana Yuniar Rahmawati, S.Sos.

NIM: 19202010016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfiana Yuniar Rahmawati, S.Sos.
NIM : 19202010016
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa naskah **tesis** ini secara keseluruhan adalah benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah **tesis** ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 25 April 2021

Saya yang menyatakan,



Alfiana Yuniar Rahmawati, S.Sos.

NIM: 19202010016

PENGESAHAN TESIS



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-730/Un.02/DD/PP.00.9/04/2021

Tugas Akhir dengan judul : Gerakan Dakwah dan Komunikasi Persuasif pada Masyarakat Muallaf (Studi Kasus Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah di Dusun Tugunongko Kapuapten Ponorogo)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALFIANA YUNIAR RAHMAWATI, S.Sos.
Nomor Induk Mahasiswa : 19202010016
Telah diujikan pada : Kamis, 22 April 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. Zainudin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 608be70b5931f



Penguji II

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
SIGNED

Valid ID: 608a4861510be



Penguji III

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
SIGNED

Valid ID: 608b81931c08d



Yogyakarta, 22 April 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 608f720b596c1

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

Gerakan Dakwah dan Komunikasi Persuasif Pada Masyarakat Muallaf

Studi Kasus Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah di Dusun Tugunongko Kabupaten

Ponorogo

Oleh

Nama	: Alfiana Yuniar Rahmawati, S.Sos.
NIM	: 19202010016
Fakultas	: Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Yogyakarta, 25 April 2021
Pembimbing



Dr. H. Zainuddin, M.Ag.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk :

Bapak dan Ibuku, Drs. Nursalim dan Indarwati, S.I.Pust yang atas limpahan do'a dalam setiap sujud panjangnya senantiasa menjadi mutiara kasih dalam diri penulis

Adikku tersayang, Muhammad Wahyu Rizki yang selalu memberikan dukungan serta canda tawanya kepada penulis

Sahabat-sahabatku yang selalu ada dalam suka dan duka

Almameter tercinta, Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam 2019



HALAMAN MOTTO

“Dua musuh terbesar kesuksesan adalah penundaan dan alasan”

“Aku hanya tahu, tidak ada hal yang mengecewakan akhirnya, jika semuanya melibatkan Allah di dalamnya.”



ABSTRAK

Penyebaran misi kristenisasi dan pemurtadan umat menjadi fenomena yang akan terus terjadi. Masyarakat dengan dasar pondasi aqidah yang lemah menjadi sasaran utama untuk melancarkan gerakan misi yang berorientasi pada perekrutan jemaat sebanyak-banyaknya. Secara nyata, hal ini terjadi pada masyarakat di Dusun Tugunongko, Kabupaten Ponorogo. Masyarakat Tugunongko merupakan masyarakat pinggiran yang masuk dalam kategori ekonomi rendah. Sosialisasi misi kristenisasi dilakukan dengan upaya pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat untuk menjustifikasi tataran ekonomi baru dan keagamaan baru sebagai nilai eksistensi dari misi tersebut.

Masifnya penyebaran misi yang terjadi menimbulkan kekhawatiran bagi Majelis Tabligh Muhammadiyah (MTM). Sebagai lembaga dakwah, MTM memiliki otoritas penuh untuk membentengi gerakan misi demi mempertahankan eksistensi agama islam dengan dakwah. Gerakan dakwah dimulai dengan mengoptimalkan program islamisasi dengan cara mengajak masyarakat untuk menjadi muallaf dan kembali mengamalkan ajaran-ajaran islam secara *kaffah*. Proses pendekatan dakwah dilakukan melalui strategi komunikasi persuasif yang berorientasi pada pembentukan keyakinan dan sikap untuk membentuk tataran kehidupan baru berlandaskan ajaran islam.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metodologi penelitian kualitatif digunakan penulis untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan gerakan dakwah, proses komunikasi persuasif dalam dakwah, serta urgensi gerakan dakwah pada masyarakat muallaf. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah merupakan implementasi dari *dakwah bil hal* yang bersifat multiaspek. Kegiatan dakwah dilakukan dengan mengoptimalkan komponen komunikasi persuasif seperti proses komunikasi persuasif, bentuk komunikasi persuasif, teknik komunikasi persuasif serta kredibilitas sumber yang berperan penting dalam mewujudkan keberhasilan dakwah.

Selanjutnya, dalam rangka meminimalisir adanya gerakan misi kristenisasi dan pemurtadan umat yang dapat terulang kembali menjadikan gerakan dakwah penting untuk dilaksanakan secara konsisten dan berkelanjutan. Terdapat empat faktor utama yang menjadi dasar pentingnya gerakan dakwah dilaksanakan pada masyarakat muallaf diantaranya yaitu: mempertahankan eksistensi islam, penanaman aqidah sebagai pedoman islam, pembinaan umat, serta penguatan ukhuwah islamiyah sebagai sumber kekuatan umat. Upaya kemajuan dan kelangsungan agama islam dan masyarakat muallaf menjadi tanggungjawab besar Majelis Tabligh Muhammadiyah dalam rangka mensyiarkan tegaknya ajaran agama islam di Dusun Tugunongko, Kabupaten Ponorogo.

Kata Kunci: Gerakan dakwah, Majelis Tabligh Muhammadiyah, Masyarakat muallaf

ABSTRACT

The spread of the mission of Christianization and the worship of the people became a phenomenon that will continue to occur. People with a weak foundation aqidah become the main target to launch a mission movement oriented to the recruitment of as many congregations as possible. In fact, this happened to the community in Tugunongko Hamlet, Ponorogo Regency. Tugunongko community is a suburban community that falls into the low economic category. Socialization of christianization mission is carried out by efforts to fulfill the basic needs of the community to justify the new economic and religious state as the value of existence of the mission.

The massive spread of the mission raised concerns for the Muhammadiyah Tabligh Assembly (MTM). As a da'wah institution, MTM has full authority to fortify the mission movement in order to maintain the existence of Islam with da'wah. The da'wah movement began by optimizing the program of Islamization by inviting the community to become converted and return to practice the teachings of Islam in a kaffah. The process of da'wah approach is carried out through persuasive communication strategies oriented towards the formation of beliefs and attitudes to form a new level of life based on Islamic teachings.

This type of research is qualitatively descriptive with a case study approach. Qualitative research methodology is used by the author to know how the implementation of the da'wah movement, persuasive communication process in da'wah, as well as the urgency of the da'wah movement in the muallaf community. The results showed that the implementation of the muhammadiyah Tabligh Assembly da'wah movement is the implementation of multi-faceted bil da'wah. Da'wah activities are carried out using persuasive communication components such as communication processes, forms of communication, communication techniques and credibility of sources that play an important role in realizing the success of da'wah.

In addition, in order to minimize the movement of christianization mission and the reoccurrence of the people makes the movement of da'wah important to be implemented consistently and sustainably. There are four main factors that form the basis of the importance of the da'wah movement implemented in the muallaf community, among others: maintaining the existence of Islam, the planting of aqidah as a guideline of Islam, the development of the people, as well as the strengthening of ukhuwah islamiyah as a source of strength of the people. Efforts to progress and continue the religion of Islam and the community muallaf become a great responsibility of the Assembly tabligh Muhammadiyah in order to promote the establishment of islamic teachings in Tugunongko Hamlet, Ponorogo Regency.

Keywords: Da'wah Movement, Tabligh Muhammadiyah Assembly, Muallaf Society

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke dalam huruf latin yang digunakan dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	-
ت	Tā'	T	-
ث	Śā'	ś	s (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	-
ح	Hā'	ḥ	H (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Ẓal	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Sād	ṣ	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	z (dengan titik dibawah)
ع	‘Ayn	... ‘ ...	koma terbalik
غ	Gayn	G	-

ف	Fā'	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Waw	W	-
ه	Hā'	H	-
ء	Hamzah	...'	Apostrof (tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ي	Yā'	Y	-

2. Vokal

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin
----- [َ]	fathah	A
----- _ِ	Kasrah	I
----- [ُ]	Dammah	U

Contoh:

كتب - kataba

يذهب - yažhabu

سئل - su'ila

ذكر - zukira

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
سَي	fathah ya	dan Ai	A dan i
سَو	fathah wau	dan Au	A dan u

Contoh: كيف - kaifa هول - haul

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

Tanda	Huruf latin
آ	Ā
إِ	Ī
أُو	Ū

4. Ta' Marbūṭah

Transliterasinya untuk ta' Marbūṭah ada dua:

a. Ta' Marbūṭah hidup

Ta' Marbūṭah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, ḍammah, transliterasinya adalah /t/.

Contoh: مدينة المنورة – Madīnatul Munawwarah

b. Ta' Marbūṭah mati

Ta' Marbūṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Contoh: طلحة - Ṭalḥah

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbūṭah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh: روضة الجنة - raudah al-jannah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: رَبَّنَا - rabbanā نَعَمْ - nu'imma

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ ال ”. Namun, dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّجُل - ar-rajul السَّيِّدَةُ - as-sayyidah

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya.

Contoh: الْقَلَم - al-qalamu الْجَلَال - al-jalālu

Jika diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung.

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak diawal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: شَيْء - syai' أَمْرٌ - umirtu

النَّوْء - an-nau'u تَأْخُذُونَ - ta'khudūn

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harkat yang hilang, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وان الله هو خير الرازقين – *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn* atau *Wa innallāha*

lahuwa khairur-rāziqīn

فأوفوا الكيل والميزان – *Fa 'aufū al-kaila wa al-mīzāna* atau *Fa 'aufūl-kaila wal-mīzāna*

Catatan:

- 1) Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari dan permulaan kalimat. Bila nama dari itu didahului oleh kata sambung, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: وما محمد الا رسول – *wa mā Muḥammadun illā rasūl*

أفلا يتدبرن القرآن – *afalā yatadabbarūna al-qur'ān*

- 2) Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakt yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: نصر الله وفتح قريب – *naṣrum minallāhi wa fathun qarīb*

لله الأمر جميعا – *lillāhi al-amru jamī'an*

الله أكبر – *allāh akbar*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Dzat pemilik segala Arsy, Pembuka kabut kelam kebodohan dalam proses *tafaqquh fi ad-adin*. Atas limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, setiap aktifitas dapat terlaksana, termasuk di antaranya yaitu dapat terselesaikannya penulisan tesis ini. Tak lupa shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW sang pendidik sejati, beserta keluarga, sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman.

Dengan hidayah dan pertolongan Allah SWT, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul : **Gerakan Dakwah dan Komunikasi Persuasif Pada Masyarakat Muallaf: Studi Kasus Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah di Dusun Tugunongko Kabupaten Ponorogo**. Tesis ini penulis susun sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan studi di program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Bersamaan dengan selesainya tesis ini, penulis hanya bisa mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dan sumbangan sarannya, terutama kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag.,MA, Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas kebijakan dan kebijaksanaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi
2. Prof. Dr. Marhumah, M.Pd, Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan lanjut dalam program studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

3. Dr. Hamdan Daulay, M.SI, M.A, Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam atas do'a, arahan,dan dukungannya kepada penulis
4. Dr. Khadiq, S.Ag, M.Hum, Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan masukan kepada penulis dalam penentuan tema penelitian ini
5. Dr. H. Zainuddin, M.Ag, Pembimbing Tesis yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini
6. Dosen program studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan limpahan ilmu pengetahuan selama proses studi
7. Pimpinan Daerah Muhammadiyah Ponorogo khususnya Majelis Tabligh yang telah berkenan membantu penulis dalam memberikan data dan informasi untuk menunjang kepenulisan tesis ini
8. Masyarakat dusun Tugunongko yang telah memberikan waktu dan pikirannya demi memberikan data penelitian yang penulis butuhkan
9. Kedua orang tua penulis (Drs. Nursalim dan Indarwati, S. I. Pust) atas do'a restu dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan tulisan ini tepat waktu
10. Almameter tercinta khususnya keluarga besar mahasiswa angkatan 2019 program studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
11. Sahabat-sahabat penulis (Anja Kusuma Atmaja, Aini Fitriyah, Jilan Fathiyah dan Ika Nur Vitaliya) yang telah menjadi teman diskusi serta teman berbagi cerita dalam proses penulisan tugas akhir ini
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya. Semoga amal serta budi baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan pahala yang berlipat dari Allah SWT. *Jazakumullah ahsanul jaza'*.

Penulis menyadari Tesis ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran selalu penulis harapkan. Akhirnya penulis berdoa semoga Tesis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 25 April 2021

Alfiana Yuniar Rahmawati, S.Sos

NIM. 19202010016



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN TESIS	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR SINGKATAN	xxiii
BAB I	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Rumusan Masalah	8
C.Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D.Kajian Pustaka.....	9
E.Kerangka Teori.....	13
F. Metode Penelitian.....	29
G.Sistematika Pembahasan.....	33
BAB II	35
A.MAJELIS TABLIGH MUHAMMADIYAH	35
1. Profil Majelis Tabligh Muhammadiyah Ponorogo	35
2. Struktur Majelis Tabligh Muhammadiyah Ponorogo periode 2015-2021	39
3. Program Kerja.....	39
4. Landasan Program	40

5. Tujuan Program	41
B.GAMBARAN UMUM DUSUN TUGUNONGKO KABUPATEN PONOROGO	41
1. Profil Dusun Tugunongko	41
2. Kondisi Kependudukan	42
3. Kondisi Pendidikan	44
4. Kondisi Sosial Ekonomi	45
5. Kondisi Keagamaan	46
BAB III	48
1. Sejarah Kedatangan MTM di dusun Tugunongko	48
2. Sasaran Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah.....	52
3. Materi Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah	57
4. Kegiatan Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah.....	64
BAB IV	82
A.KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH.....	82
1. Proses Komunikasi Persuasif.....	82
2. Dakwah sebagai proses persuasif	88
3. Bentuk Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah	95
4. Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah.....	99
5. Kredibilitas Da'i	103
B.URGENSI GERAKAN DAKWAH PADA MASYARAKAT MUALLAF.....	107
1. Mempertahankan eksistensi islam	108
2. Penanaman aqidah sebagai pedoman islam.....	113
3. Pembinaan umat.....	118
4. Penguatan ukhuwah Islamiyyah	122
BAB V	128
A.Kesimpulan	128
B.Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN	138
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rumah warga muallaf	49
Gambar 2. Gereja di dusun Tugunongko	51
Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Islamisasi.....	52
Gambar 4. Dokumentasi Ikrar Syahadat	66
Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan Ceramah	69
Gambar 6. Dokumentasi kegiatan dakwah kesehatan.....	73
Gambar 7. Dokumentasi Pemberian bantuan bahan makanan pokok.....	77
Gambar 8. Dokumentasi Pemberian santunan.....	77
Gambar 9. Dokumentasi Kegiatan Dakwah Pendidikan	80
Gambar 10. Dokumentasi pemberian kebutuhan pendidikan.....	81



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

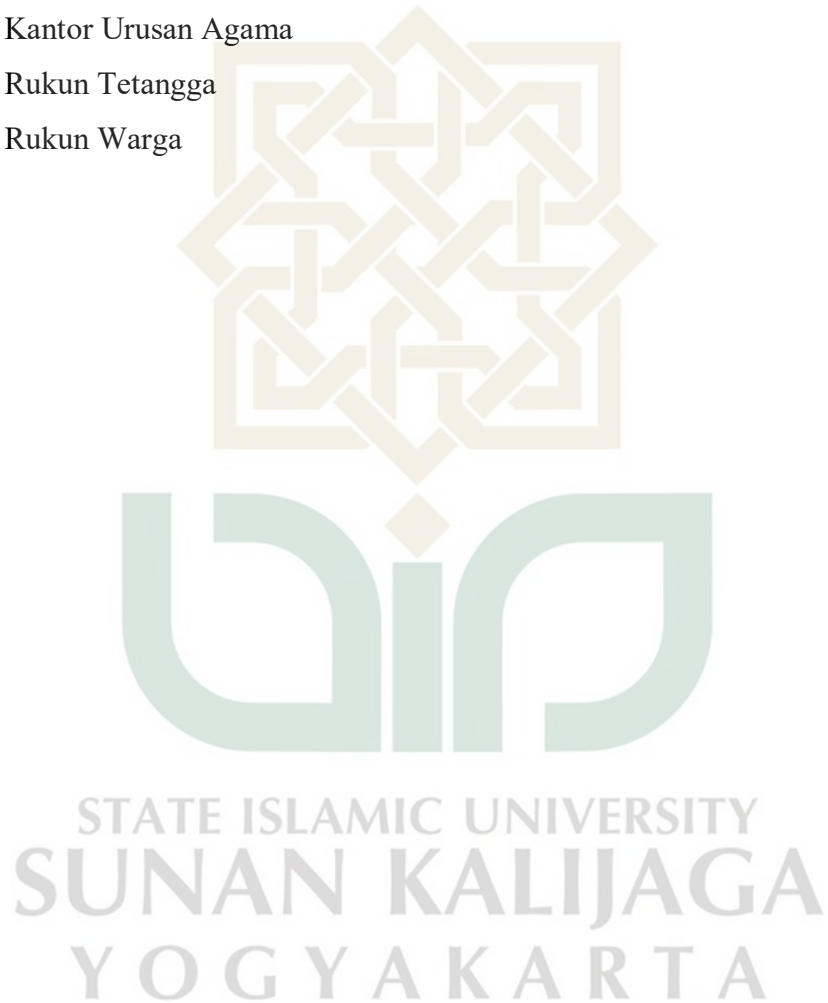
Tabel 1. Cabang Muhammadiyah Daerah Ponorogo	36
Tabel 2. Struktur Majelis Tabligh	39
Tabel 3. Batas-batas Dusun Tugunongko.....	42
Tabel 4. Potensi Sumber Daya Manusia	43
Tabel 5. Kewarganegaraan Masyarakat	44
Tabel 6. Etnis/Suku Masyarakat	44
Tabel 7. Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan	45
Tabel 8. Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan	46
Tabel 9. Agama Masyarakat	47
Tabel 10. Data Muallaf warga Dusun Tugunongko.....	55



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR SINGKATAN

MTM	: Majelis Tabligh Muhammadiyah
CMM	: Corps Muballigh Muhammadiyah
HPT	: Himpunan Putusan Tarjih
PNS	: Pegawai Negeri Sipil
TPA	: Taman Pendidikan Al-Qur'an
KUA	: Kantor Urusan Agama
RT	: Rukun Tetangga
RW	: Rukun Warga



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena keagamaan masyarakat pinggiran seringkali menjadi ancaman bagi lahirnya kehidupan keagamaan baru yang berorientasi pada kesejahteraan sosial. Pemahaman keagamaan masyarakat yang belum mendalam baik dari aspek dasar, nilai, karakteristik, maupun pemahaman visi dan misi dari ajaran agama islam disinyalir menjadi target dalam penyebaran ideologi baru. Proses penyebaran ideologi berbasis kesejahteraan sosial ini bertujuan untuk menyebarkan visi ajaran agama baru yang dilakukan melalui upaya pembebasan masyarakat pinggiran dari permasalahan sosial seperti kemiskinan maupun kehidupan yang terbelakang.¹ Proses ini tentunya memerlukan pendekatan holistik yang mempertimbangkan isu-isu lokal sebagai dasar dalam membangun konsepsi kehidupan yang ingin dicapai.

Ketidaksamaan kesempatan untuk mengakumulasi basis kekuatan sosial yang dialami masyarakat pinggiran menjadi catatan pokok yang digunakan oleh misionaris untuk menyentuh tatanan kehidupan masyarakat.² Praktek penyebaran ideologi agama pada masyarakat pinggiran berkembang melalui kegiatan yang berbasis pada pemenuhan kebutuhan riil masyarakat. Dalam hal ini, kebutuhan akan spiritual keagamaan masyarakat pinggiran seringkali terkalahkan dengan kebutuhan pangan. Kebutuhan pangan menjadi kebutuhan utama dikarenakan himpitan ekonomi

¹ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung: Refika Aditama, 2014, h vii.

² Istilah misionaris berasal dari bahasa Latin *missio*, artinya pengutusan. Arie de Kuiper mengatakan kata mission dijabarkan menjadi kata benda misionari yang berarti utusan Injil. Dalam arti yang lebih luas, misionari adalah seorang utusan Injil yang memiliki dua tujuan utama: Pertama, ia diutus untuk membangun kelompok orang percaya yang tumbuh di kelompoknya, Kedua ia diutus untuk melengkapi sejumlah peng-injil lintas budaya untuk mencapai kelompok-kelompok lain di wilayahnya. Andreas Sudjono, Mentalitas Misionaris, *Antusias: Jurnal Teologi dan Pelayanan*, Vol.2, No 4 <https://www.sttintheos.ac.id/e-journal/index.php/antusias/article/view/24>

yang menjadi permasalahan dasar masyarakat pinggiran. Sehingga upaya pemenuhan kebutuhan pangan yang belum teratasi menjadi strategi untuk menarik perhatian masyarakat pinggiran.³

Masyarakat pinggiran adalah masyarakat yang hidup dalam keterbatasan akan kebutuhan pokok dan kemampuan akan pengembangan diri. Oscar Lewis mengidentikkan masyarakat pinggiran dengan kemiskinan yang tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi jiwa maupun spiritual.⁴ Pada kenyatannya, masyarakat pinggiran yang bertempat di sebuah wilayah memiliki pola kehidupan yang mengandalkan pemenuhan kebutuhan pokok dari alam sekitar.⁵ Dari aspek ideologi serta sistem yang melekat pada masyarakat telah lama membentuk kehidupan yang terus mengalami permasalahan yang sama.⁶ Selain masalah ekonomi, juga permasalahan rendahnya pemahaman agama islam yang berdampak pada lemahnya pondasi keimanan sehingga mudah untuk digoyahkan.

Rendahnya dasar pemahaman agama seringkali dimanfaatkan oleh kelompok misionaris untuk mentransformasikan pola keagamaan baru. Misionaris kristen akan mengambil bagian secara aktif dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat termasuk dalam bidang agama. Agama sebagai suatu sistem kepercayaan, membutuhkan masyarakat sebagai tempat (*locus*) memelihara dan mengembangkan agama.⁷ Pengembangan agama memiliki peranan yang penting karena agama menjadi sebuah sistem nilai yang memiliki derivasi pada norma-norma di dalam masyarakat. Sehingga untuk masuk ke dalam lapisan masyarakat, diperlukan strategi serta upaya

³ Irzum Fariyah, Mcdoaldisasi Dakwah Masyarakat Pinggiran”, *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol.XVI, No 1, Tahun 2015 <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/1060/932>

⁴ Oscar Lewis, *Kebudayaan Kemiskinan*, dikutip dari Parsudi Suparlan, *Kemiskinan di Perkotaan*, Jakarta: Yayasan Obor, 1993, h 20

⁵ Lailatul Maghfiroh, *Agama Pinggiran (Makna Agama Bagi Komunitas Pengamen Jalanan di Terminal Purabaya)*, *Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2019, h 2.

⁶ Hasan Shadily, *Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993, h 47.

⁷ Adeng Muchtar Ghazali, *Antropologi Agama; Upaya Memahami Keragaman Kepercayaan, Keyakinan, dan Agama* (Cet. 1, Bandung: Alfabeta, 2011), h 34.

penggabungan program kristenisasi dengan praktek kemanusiaan yang berorientasi pada masyarakat.

Legitimasi misionaris Kristen dalam menyebarkan agama telah diatur dalam Kitab Markus 16:15 yang mengatakan “*Pergilah ke seluruh dunia dan berikanlah Injil kepada semua makhluk.*” Ayat di atas menjadi landasan dasar yang digunakan oleh para misionaris untuk mengenalkan paham agama Kristen kepada masyarakat luas.⁸ Target kristenisasi adalah mengubah keyakinan masyarakat yang islam atau non-islam menjadi beragama Kristen. Menurut Alwi Shihab dalam buku *Membendung Arus Respon Gerakan Muhammadiyah Terhadap Penetrasi Misi Kristen di Indonesia* mengungkapkan bahwa misi Kristen telah menyebar khususnya ke wilayah pelosok dan membangun gereja pada abad ke tujuh.⁹

Hasil dari gerakan kristenisasi sudah terlihat sejak para penjajah Portugis dan Spanyol datang ke Indonesia untuk memperluas jaringan perdagangan sekaligus menyebarkan misi agama Kristen ke seluruh pelosok hingga ke pulau Jawa.¹⁰ Ancaman kristenisasi di daerah terpinggirkan menjadi bagian dari upaya diseminasi atau penyebaran doktrin agama termasuk ke wilayah Ponorogo, Jawa Timur. Dari hasil data Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Ponorogo menunjukkan jumlah penganut agama Kristen di Ponorogo sebanyak 2.864 jiwa atau 0,33% dari populasi penduduk Ponorogo.¹¹ Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran ajaran kristen sudah mulai merambah ke wilayah Jawa serta menyentuh tatanan kehidupan masyarakat.

⁸ Adian Husaini, *Kristenisasi di Indonesia*, (Bandung: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, 2008), h 8.

⁹ Alwi Shihab, *Membendung Arus Respon Gerakan Muhammadiyah Terhadap Penetrasi Misi Kristen di Indonesia*, (Jakarta: Mizan, 1998), h 109.

¹⁰ Jan.S.Aritonang, *Sejarah Perjumpaan Kristen dan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Gunung Mulia, 2006), h 13-14.

¹¹ Yuedi Kumariyanto, Studi Kasus Pindah Agama di GKJW Jemaat Ponorogo Dari Perspektif Konseling Pastoral”, *Tesis : Universitas Kristen Satya Wacana*, 2016, <https://core.ac.uk/download/pdf/288110586.pdf>

Fenomena keagamaan masyarakat pinggiran yang dikuasai oleh praktek kristenisasi ini terjadi pada masyarakat di wilayah dusun Tugunongko, desa Tugurejo, kecamatan Slahung, kabupaten Ponorogo. Masyarakat di wilayah Tugunongko telah mengalami proses konversi agama dari agama islam ke agama Kristen sebagai dampak masifnya penyebaran kristenisasi yang sudah berlangsung selama kurang lebih 31 tahun.¹² Dari aspek ekonomi, masyarakat dusun Tugunongko adalah masyarakat pinggiran yang masuk dalam kategori ekonomi rendah. Pemenuhan kebutuhan masyarakat sehari-hari hanya bertumpu pada hasil pencarian makanan pokok di hutan dan juga upah sebagai petani bayaran. Kondisi kehidupan masyarakat yang memprihatinkan ini juga dibuktikan dengan minimnya kepemilikan harta berupa rumah yang hanya berdiri di atas sepetak tanah.

Dari segi geografis, wilayah Tugunongko masuk pada wilayah pinggiran yang sulit dari akses dan jangkauan. Rendahnya kualitas kehidupan masyarakat pinggiran berdampak pada minimnya inovasi untuk melakukan perubahan sehingga kehidupan masyarakat bersifat statis. Dari aspek sipiritual keagamaan, masyarakat Tugunongko masih relative minim akan pemahaman mengenai agama islam. Minimnya pemahaman agama islam disebabkan oleh rendahnya tingkat pendidikan masyarakat, minimnya sumber informasi, kondisi wilayah yang terisolir, hingga fasilitas keagamaan yang kurang memadai. Kondisi keterbelakangan masyarakat baik dari segi ekonomi, geografis maupun spiritual keagamaan ini menjadi daya target bagi misionaris Kristen untuk menyebarkan doktrin-doktrin agama.

¹² Misionaris Kristen datang ke wilayah Tugunongko serta mengajak masyarakat untuk pindah agama kurang lebih dari tahun 1975 hingga 2006. Mereka sering melakukan kunjungan untuk membagikan bahan makanan pokok serta melakukan doktrinasi tentang ajaran kristiani kepada masyarakat. Keberhasilan kerja misionaris ini ditunjukkan dengan banyaknya masyarakat yang terpengaruh dan pindah ke agama Kristen Katholik. Wawancara Sukarno. Tokoh Agama. pada 6 Februari 2021

Sosialisasi program kristenisasi pada masyarakat Tugunongko dilaksanakan dengan memberikan hak kepemilikan dan pengolahan tanah kepada masyarakat untuk mendukung dan menjustifikasi tataran ekonomi baru dan keagamaan baru sebagai nilai eksistensi dari program tersebut. Langkah ini dirasa cukup efektif untuk menarik perhatian masyarakat. Kesempatan pemenuhan kebutuhan menjadi peluang yang dimanfaatkan oleh masyarakat demi mencukupi kebutuhan hidup. Upaya peningkatan ekonomi menjadi strategi kristenisasi yang mendominasi masyarakat pinggiran dikarenakan ekonomi menjadi persoalan utama di pedesaan. Hal ini seakan menjadi solusi untuk meningkatkan tataran kehidupan masyarakat pinggiran menuju kualitas hidup yang lebih baik.

Program kristenisasi yang terjadi di wilayah Tugunongko ini telah membentuk kehidupan masyarakat banyak dikuasai oleh praktek-praktek keagamaan seperti peribadatan dan pendirian gereja. Pendirian gereja telah ada sejak tahun 1990-an.¹³ Gereja yang terbuat dari anyaman bambu ini telah resmi digunakan oleh masyarakat Tugunongko untuk melakukan ritual keagamaan. Setelah melakukan ritual keagamaan di dalam gereja, kelompok misionaris Kristen akan memberikan kebutuhan pokok seperti beras, minyak, gula, hingga beasiswa sekolah gratis kepada masyarakat. Hal ini sebagai strategi misionaris untuk mengajak serta meyakinkan masyarakat tentang nilai-nilai kristenisasi.

Masifnya praktik kristenisasi yang terjadi di wilayah Tugunongko ini menjadikan masyarakat secara sukarela berpindah ke agama Kristen. Otoritas misionaris Kristen terhadap kehidupan masyarakat telah membentuk pola serta tatanan kehidupan baru di bawah naungan ajaran agama kristen. Legitimasi misionaris Kristen dalam menyebarkan ajaran Kristen di

¹³ Marsyudi Boking Hasan, anggota dewan yang membuka tanah di Tugunongko, wawancara di kediaman Ponorogo, Sabtu 17 Oktober 2020.

wilayah Tugunongko ini memunculkan rasa prihatin bagi Majelis Tabligh Muhammadiyah Daerah Ponorogo untuk turut andil dalam mengentaskan praktek kristenisasi di wilayah Tugunongko. Majelis Tabligh Muhammadiyah yang bergerak dan berkiprah sejak awal mencoba melakukan gerakan dakwah dalam rangka membebaskan masyarakat Tugunongko dari belenggu keterbelakangan baik dari segi aqidah maupun sosial.

Gerakan dakwah yang dipelopori oleh Majelis Tabligh menjadi upaya strategis Muhammadiyah dalam meningkatkan kuantitas dan kualitas peranan Muhammadiyah sebagai gerakan dakwah di masyarakat yang memiliki pengaruh langsung guna menciptakan masyarakat yang islami.¹⁴ Gerakan dakwah telah dilaksanakan oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah di dusun Tugunongko sejak tahun 2006 silam hingga saat ini. Majelis Tabligh Muhammadiyah yang telah berkiprah sejak awal dalam menjalankan misi dakwah telah terlibat secara aktif menjadi komunikator dakwah dalam rangka mengentaskan praktek kristenisasi di dusun Tugunongko, kabupaten Ponorogo.¹⁵

Esensi gerakan dakwah yang dilakukan oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah dimulai dengan mengoptimalkan program islamisasi. Program islamisasi secara perlahan telah berhasil dilakukan oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah yang ditunjukkan dengan keberhasilannya dalam mengajak masyarakat untuk kembali kepada fitrah agama islam. Sejalan dengan pelaksanaan program islamisasi ini menjadikan wilayah Tugunongko, kabupaten Ponorogo

¹⁴ Weinata Sairin, *Gerakan Pembaharuan Muhammadiyah*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995, h 56.

¹⁵ Ashfi Hani, Anggota Majelis Tabligh Muhammadiyah , Wawancara di kediaman Desa Jetis Kabupaten Ponorogo, Sabtu 17 Oktober 2020

dikenal dengan sebutan kampung muallaf. Hingga saat ini, kampung muallaf telah dihuni oleh masyarakat muallaf sebanyak 60 kepala keluarga dengan jumlah keseluruhan 174 jiwa.¹⁶

Pelaksanaan gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah dalam mengajak masyarakat untuk kembali memeluk agama islam setelah melakukan konversi agama Kristen serta usaha penanaman nilai-nilai keislaman kepada masyarakat muallaf ini menarik untuk diteliti. Keberhasilan Majelis Tabligh Muhammadiyah dalam menyuarakan gerakan dakwah kepada masyarakat muallaf telah membentuk kehidupan baru bernuansakan islam di wilayah Tugunongko. Upaya penyelenggaraan dakwah dilakukan dengan mengoptimalkan kegiatan-kegiatan dakwah yang berorientasi pada kemajuan kehidupan yang berdasar pada ajaran agama islam.

Proses pendekatan dakwah dilakukan melalui strategi komunikasi persuasif yang berorientasi pada pembentukan keyakinan, sikap, perilaku serta kegiatan-kegiatan yang secara nyata dan interaktif dapat mengarahkan masyarakat terhadap kebutuhannya, serta secara langsung dan tidak langsung dapat mempengaruhi peningkatan keberagamaan masyarakat muallaf. Dalam hal ini komunikasi persuasif menjadi bagian dari proses dakwah yang diarahkan dan direncanakan menuju tatanan kehidupan yang baik serta sebagai upaya dalam membangun nilai dan fungsi tatanan kehidupan masyarakat di bawah naungan ajaran agama islam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa ide-ide baru mengenai gerakan dakwah yang dilakukan oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf.

¹⁶ Filipus Sabar Sudono Pranowo, Ketua RT Tugunongko. Wawancara melalui whatsapp pada 2 Januari 2021

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf?
2. Bagaimana proses komunikasi persuasif dalam dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf?
3. Mengapa gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah penting dilaksanakan pada masyarakat muallaf?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah yang dipaparkan penulis di atas, maka tujuan dan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pelaksanaan gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf
 - b. Mengetahui proses komunikasi persuasif dalam dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf
 - c. Mengetahui pentingnya gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran akademis, baik dari skala mikro maupun makro yaitu memperkaya khazanah seputar ilmu dakwah khususnya dalam konteks pengembangan islam pada masyarakat muallaf. Esensi dakwah tidak hanya sebagai gagasan dalam

menyampaikan suatu kebenaran tetapi juga sebagai langkah kongkrit dalam mewujudkan perubahan masyarakat ke arah yang lebih baik.

Dengan penelitian ini, penulis ingin memberikan pengetahuan perihal gerakan dakwah yang dilakukan oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah dalam mensyiarkan ajaran agama islam pada masyarakat muallaf. Melalui penelitian ini pula diharapkan nantinya dapat memberikan sumbangsih pemikiran serta gagasan baru mengenai proses komunikasi persuasif dalam dakwah serta urgensi gerakan dakwah pada masyarakat muallaf sebagai upaya untuk mewujudkan kehidupan masyarakat di bawah naungan ajaran agama islam.

D. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis akan menggali informasi dari penelitian-penelitian yang ada sebelumnya untuk menjadi bahan perbandingan baik mengenai kelebihan atau kekurangan yang sudah ada. Penelitian pertama yang relevan dengan penelitian penulis adalah tesis karya St.Nur Alfiana Wulandari yang berjudul *Dakwah Persuasif Pada Muallaf Etnis Tionghoa (Studi Pada Persatuan Islam Tionghoa Indonesia Surabaya)*.¹⁷ Dalam penelitian ini, Alfiana Wulandari membahas tentang upaya dakwah persuasif yang dilakukan oleh da'i di Lembaga Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) Surabaya serta sikap dan pengamalan dakwah persuasif oleh masyarakat muallaf etnis Tionghoa dalam kegiatan sehari-hari.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan dakwah persuasif oleh Lembaga Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) Surabaya menggunakan pendekatan psikologis dan budaya. Hal ini diaktualisasikan melalui kegiatan ta'aruf, menceritakan kisah personal muallaf, dakwah menggunakan media musik, serta menggabungkan dakwah dan budaya

¹⁷ St.Nur Alfiana Wulandari, *Dakwah Persuasif Pada Muallaf Etnis Tionghoa (Studi Pada Persatuan Islam Tionghoa Indonesia Surabaya)*, Tesis: UIN Sunan Ampel Surabaya 2020

untuk menarik perhatian khusus bagi para muallaf Tionghoa. Sedangkan dalam mengamalkan dakwah persuasif, para muallaf telah memahami materi dan berusaha menerapkannya dalam kehidupan sesuai kaidah ajaran agama islam.

Penelitian yang relevan kedua adalah tesis karya Nurhalima Tambunan berjudul “Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah Dalam Meningkatkan Akidah Islam Di Kabupaten Karo Sumatera Utara”.¹⁸ Nurhalima mengkaji tentang bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam upaya meningkatkan aqidah islam, faktor yang menghambat komunikasi persuasif, serta hasil yang dicapai dari adanya komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif menjadi komunikasi yang efektif dilakukan untuk membujuk dan mempengaruhi seseorang. Dalam penelitian ini, Nurhalima membatasi komunikasi persuasif pada tingkat kredibilitas para komunikator, teknik komunikasi, pesan yang disampaikan serta bentuk-bentuk komunikasi yang digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam meningkatkan aqidah islam, Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah melakukan beberapa cara meliputi menampilkan kredibilitas komunikator, menampilkan kredibilitas sumber pesan sesuai dengan ajaran agama islam, serta menerapkan teknik komunikasi persuasif situasional. Pencapaian proses komunikasi persuasif dapat dilihat dari bertambahnya jamaah secara berkala, meningkatnya sikap beragama jamaah, bertambahnya pemahaman keagamaan, serta meningkatnya pengamalan agama. Efektivitas proses komunikasi persuasif Majelis tabligh di kabupaten Karo ini juga tidak lepas dari pendekatan budaya. Pendekatan budaya masyarakat menjadi sarana komunikasi dalam mengajak, mempengaruhi, serta meningkatkan aqidah di Kabupaten Karo.

¹⁸ Nurhalima Tambunan, Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah Dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara, *Tesis: Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara*, 2013 <http://repository.uinsu.ac.id/1493/>

Penelitian yang juga relevan selanjutnya adalah karya Rosidin dkk¹⁹ yang berjudul “Strategi Penyuluh Agama Dalam Pemberdayaan Muallaf Kecamatan Turi Kabupaten Sleman”. Dalam tulisan ini, ketiga peneliti menganalisis upaya pelaksanaan fungsi-fungsi pemberdayaan muallaf yang dilakukan oleh penyuluh agama islam di kecamatan Turi. Upaya pemberdayaan muallaf dilakukan melalui penguatan aqidah islam dan akhlak, pemberdayaan ekonomi, serta pelaksanaan kegiatan sosial dengan melibatkan para muallaf dalam setiap kegiatan di kecamatan Turi.

Berdasarkan hasil di lapangan, ketiga peneliti menyimpulkan bahwa upaya pemberdayaan muallaf yang sudah terlaksana di Kecamatan Turi meliputi penguatan keimanan dan penerapan nilai-nilai ajaran agama islam, penguatan kelembagaan dengan membentuk sebuah forum silaturahmi muallaf, serta membentuk program pemberdayaan ekonomi muallaf. Secara fungsional, peran penyuluh agama di Kecamatan Turi telah berjalan dengan baik. Fungsi yang telah dijalankan meliputi fungsi konsultatif, advokatif, informatif, dan edukatif. Atas dasar ini, penyuluh agama memiliki peran dan tanggungjawab yang tinggi untuk memberikan motivasi pengajaran keagamaan kepada seluruh muallaf di Kecamatan Turi dalam rangka membangun kualitas keagamaan masyarakat menuju perubahan yang lebih baik.

Penelitian ke empat adalah jurnal penelitian karya Prof.Dr. Razaleigh Muhamat, seorang *associate professor* di Universitas Kebangsaan Malaysia.²⁰ Riset dengan judul “Pembangunan Dakwah Kontemporer Kepada Saudara Baru di Malaysia” ini membahas tentang aspek pembangunan dakwah kontemporer kepada para mualaf di Negeri Selangor Malaysia. Dengan

¹⁹ Rosidin, Widodo, dan Siti Aminah, “Strategi Penyuluh Agama Dalam Pemberdayaan Muallaf Kecamatan Turi Kabupaten Sleman”, *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* P-ISSN: 1907-4174, E-ISSN: 2621-0681 Vol.14, No.1, Januari-Juni 2020 <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/204>

²⁰ Razaleigh Muhamat, “Pembangunan Dakwah Kontemporer Kepada Saudara Baru di Malaysia” https://www.researchgate.net/profile/Razaleigh_Muhamat_Kawangit/publication/303025974

menyesuaikan konteks masyarakat majemuk di Malaysia, istilah muallaf lebih dikenal dengan sebutan saudara baru. Istilah ini merujuk pada pengertian Anuar Puteh yang mendefinisikan istilah saudara baru sebagai mereka yang secara sadar telah melafadzkan dua kalimah syahadah dan golongan muslim baru yang memerlukan perhatian serta bimbingan untuk mengenal islam secara mendalam.

Penulis menganalisis implementasi pembangunan dakwah kontemporer melalui pembuatan program dalam bidang pendidikan. Program ini disusun oleh Bagian Pembangunan Insan (BPI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 fokus program pembangunan dakwah kontemporer dalam bidang pendidikan kepada muallaf di Malaysia yaitu Kursus Intensif Saudara Kita (Asas), kelas-kelas *fardhu ain*, program dan aktiviti sosial, kursus pengkaderan, serta pemberian bantuan berupa zakat maupun bantuan kebajikan. Adanya pembangunan aspek dakwah dalam bidang pendidikan ini menjadi satu metode terbaik yang dilakukan oleh Bagian Pembangunan Insan (BPI) untuk dijadikan pedoman para muallaf dalam menjalani kehidupan sebagai Muslim di Malaysia.

Berdasarkan pemaparan dari empat penelitian yang dinilai relevan, penulis menarik kesimpulan bahwa dalam penelitian diatas, para peneliti fokus terhadap peran lembaga maupun organisasi dalam meningkatkan kualitas keagamaan masyarakat. Seperti peran Lembaga Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) Surabaya dalam menarik perhatian muallaf Tionghoa untuk mengenal islam secara mendalam. Peneliti selanjutnya mengkaji tentang peran Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah untuk meningkatkan akidah Islam masyarakat di Kabupaten Karo Sumatera Utara. Peneliti yang lainnya mengkaji tentang strategi penyuluh agama islam di kecamatan Turi untuk mewujudkan fungsi-fungsi pemberdayaan muallaf. Sedangkan peneliti

terakhir mengkaji tentang peran Bagian Pembangunan Insan (BPI) dalam membangun pemahaman keagamaan kepada saudara baru atau muallaf di Negeri Selangor Malaysia.

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu sebagaimana disebutkan di atas, maka fokus dalam penelitian ini juga mengkaji peran lembaga yaitu Majelis Tabligh Muhammadiyah dalam melaksanakan gerakan dakwah dan komunikasi persuasif pada masyarakat muallaf. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah pokok kajian yang dibahas tidak hanya dalam satu lingkup dakwah saja atau komunikasi persuasif saja melainkan penulis akan menyatukan kedua aspek kajian tersebut untuk menganalisis pelaksanaan gerakan dakwah, proses komunikasi persuasif, serta pentingnya gerakan dakwah dilakukan kepada masyarakat muallaf di Dusun Tugunongko Kabupaten Ponorogo. Muallaf disini tergolong mereka yang baru masuk islam dan masih minim pemahaman akan nilai-nilai keislaman.

E. Kerangka Teori

1. Dakwah

Berbicara mengenai islam, tidak akan lepas dari dakwah karena islam sendiri artinya adalah dakwah. Islam disebut sebagai agama dakwah, mencakup berbagai petunjuk agar manusia secara individual dapat menjadi umat yang baik dan berkualitas.²¹ Penyebaran ajaran islam yang berorientasi pada perubahan yang diarahkan dan direncanakan dengan harapan terwujudnya individu, keluarga, dan masyarakat yang diridhoi Allah SWT menjadi tujuan dari dakwah islam. Hal ini sebagaimana dipertegas di dalam al-qur'an bahwa mengajak kepada kebaikan dan melarang kemungkaran menjadi bagian dari dakwah serta menjadi ciri khas umat islam dan umat terbaik seperti yang diajarkan oleh Rosulullah SAW.²²

²¹ M.Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Gema Insani Press, 1999, h 80.

²² Awaluddin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis* Cet I, Semarang: Rasail, 2005, h 14-25.

Ajaran agama islam yang dibawa oleh Rosulullah SAW dapat tersebar ke seluruh penjuru dunia tidak terlepas dari proses dakwah. Makna dakwah dalam tataran normative dan praktis menurut A.Hasjmy dalam bukunya “Dustur Dakwah dalam Al-qur’an” dipahami sebagai proses mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariat agama islam yang sebelumnya telah diyakini dan dipraktekkan oleh para pelaku dakwah.²³ Berbeda dengan A.Hasjmy, Yunan Yusuf mendefinisikan dakwah dengan makna yang sangat luas yaitu pemindahan situasi yang mencakup seluruh kehidupan manusia. Diantaranya adalah pemindahan dari situasi kemiskinan kepada situasi yang lebih layak, dari situasi keterbelakangan menuju situasi yang berkemajuan, serta dari situasi kebodohan berpindah pada keadaan keilmuan.²⁴

Di isi lain, M.Quraish Shihab juga menyampaikan pandangannya mengenai definisi dakwah sebagai sebuah seruan atau ajakan kepada situasi yang lebih baik bagi kehidupan diri sendiri maupun kelompok. Perwujudan dakwah tidak hanya berkutik pada aspek peningkatan pemahaman keagamaan saja, melainkan juga menuju sasaran yang lebih luas.²⁵ Dalam hal ini, dakwah merupakan proses rekonstruksi masyarakat yang multidimensional yang mencakup berbagai aspek dalam kehidupan.²⁶ Esensi dari aktivitas dakwah sendiri tidak hanya terbatas pada penyampaian dan penjelasan secara teoritik semata, melainkan juga menyentuh pada pembinaan dan *takwin* (pembentukan) kepribadian masyarakat islam. Dalam hal ini, gerakan dakwah menjadi langkah

²³ Ahmad Hasjmy, *Dustur Dakwah dalam Al-Qur'an* Cet III, Jakarta: Bulan Bintang, 1994, h 17.

²⁴ M.Yunan Yusuf, *Metode Dakwah: Sebuah Pengantar Kajian dalam Munzier Suparta dan Harjani Hefni* (ed), *Metode Dakwah* Cet II, Jakarta: Prenada Media, 2006, h 10.

²⁵ M.Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 1994, h 194.

²⁶ M.Amin Rais, *Cakrawala Islam: antara cita dan fakta*, Bandung: Mizan, 1991, h 109-112.

alternative untuk membentuk perubahan sosial dan tata kemasyarakatan yang islami dan berkualitas demi mewujudkan *baldatun thoyyibah wa robbun ghofur*.²⁷

Melaksanakan aktivitas dakwah merupakan tugas yang mulia karena pada hakekatnya dakwah selalu mengajak manusia untuk bersatu dalam satu kalimat tauhid.²⁸ Rasulullah SAW dalam sebuah hadits mengatakan “*Sampaikanlah dariku walaupun satu ayat*”. Dari hadits ini, dapat dipahami bahwa kewajiban berdakwah tidak hanya dibebankan pada *ustadz, muballigh, ulama*, maupun seorang *da'i* saja, melainkan menjadi tanggungjawab seluruh umat islam. Hal ini dikarenakan aktivitas dakwah merupakan manifestasi iman yang dilakukan secara sadar untuk menegakkan agama islam di atas muka bumi.²⁹

Perintah berdakwah secara tegas telah dijelaskan di dalam al-qur'an surat Ali Imran ayat 110:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah SWT. Sekiranya Ahli kitab beriman, tentulah ia lebih baik bagi mereka. Diantara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.” (QS.Ali Imran: 110).

²⁷ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009, jilid I, h 2.

²⁸ Muhammad Barmawi, Aktualisasi Dakwah Islam (Kajian Analisis Formulasi Dakwah Rasulullah), *Religia: Journal Stain Pekalongan*, E-ISSN 2527-5992, Vol 19, No 2, Oktober 2016

²⁹ Syamsuri Siddiq, *Dakwah dan Teknik Berkhutbah*, Bandung: PT Al-Ma'rifat, 1981, h 12.

Dengan mencermati makna ayat di atas menjadikan dakwah bukanlah sesuatu hal yang mudah untuk dilakukan. Dakwah memerlukan strategi dan metode yang tepat untuk menjadi acuan dasar dalam melakukan aktivitas dakwah.³⁰ Dalam hal ini, para juru dakwah diharuskan untuk memahami kondisi maupun latarbelakang sasaran dakwah sebelum melakukan aktivitas dakwah. Selanjutnya, dakwah dilakukan secara *continue* agar proses penanaman nilai-nilai agama dapat terealisasi secara menyeluruh dan maksimal sesuai tujuan dakwah.³¹

Keberhasilan dakwah dalam menanamkan ajaran agama islam tentunya tidak lepas dari adanya rukun dakwah yang saling berkesinambungan. Moh. Ali Aziz menjelaskan adanya enam unsur dalam dakwah, yaitu: *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *washilah* (media dakwah), *thariqoh* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).³² Keenam rukun dakwah diatas jika dilaksanakan secara maksimal maka dapat menghasilkan dakwah yang efektif. Dalam prakteknya, dakwah yang efektif dapat dilihat dari keberhasilan *da'i* (pelaku dakwah) dalam mentransformasikan nilai-nilai ajaran agama islam kepada *mad'u* (mitra dakwah) yang ditunjukkan dengan adanya respon berupa perubahan sikap, pemikiran, pemahaman, perilaku hingga martabat manusia ke arah yang lebih baik.³³

³⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010, h 29-30

³¹ Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah Episode Kehidupan M Natsir dan Azhar Basyir*, Yogyakarta: Sipress, 1996, h 54.

³² Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, h 12.

³³ Ulil Amri Syafri, *Dakwah Mencermati Peluang dan Problematikanya*, Jakarta: STID Muhammad Natsir Press, Cet. 1, 2007, h 12-13.

2. Komunikasi Persuasif

Pada dasarnya, manusia merupakan satu kesatuan yang selalu akan terlibat dalam komunikasi.³⁴ Komunikasi dapat terjadi sebagai konsekuensi logis dari adanya hubungan sosial antar individu, kelompok, maupun masyarakat secara makro. Carl Hovland mengatakan komunikasi sebagai proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain.³⁵ Adanya usaha yang dilakukan oleh komunikator untuk mempengaruhi orang lain melalui komunikasi secara khusus dikenal dengan istilah komunikasi persuasif.

Secara etimologi, istilah persuasif berasal dari bahasa latin “*persuassio*” yang artinya membujuk, mengajak, atau merayu. Persuasif kata Ronald L. Applbaum dan Karl W.E. Anatol adalah proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan melalui cara-cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain.³⁶ R.Bostrom dalam buku “Teori Komunikasi” juga menjelaskan bahwa komunikasi persuasif adalah perilaku komunikasi yang digunakan untuk mengubah, memodifikasi, atau membentuk respon dari penerima komunikasi.³⁷

Di sisi lain, A.W.Widjaja juga mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai usaha untuk meyakinkan orang agar komunikannya berbuat dan bertindak laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa menggunakan kekerasan.³⁸ Dari ketiga pengertian di atas, penulis mengambil kesimpulan bahwa komunikasi persuasif

³⁴ Dr.Jalaluddin Rakhmat, M.Sc, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2019, h 16

³⁵ Rachmat Kriyantono, Ph.D, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Prenadamedia Grup, 2019, h

³⁶ Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Cet. 2, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1992, h 21.

³⁷ S.Djuarsa Sanjaya, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka, 1994, h 56.

³⁸ A.W.Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bina Akasara, 1986, h 66

dapat dipahami sebagai aktivitas penyampaian informasi yang bertujuan untuk membentuk respon penerima dengan cara membujuk tanpa menggunakan kekerasan atau paksaan. Komunikasi persuasif selalu membentuk respon penerima berupa perubahan sikap, perilaku, maupun keyakinan audiens sesuai kehendaknya sendiri.

Pembicaraan komunikasi persuasif memiliki dua tujuan pokok yaitu mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) penerima informasi, serta mendorong audiens untuk melaksanakan sesuatu hal atau memiliki tingkah laku (*behavior*) tertentu yang diharapkan.³⁹ Dalam hal ini, pemilihan fakta, opini, maupun keyakinan harus bersifat memperkuat tujuan komunikasi persuasif.⁴⁰ Sejalan dengan konsepsi tersebut, komunikator harus menggunakan informasi tentang kondisi psikologis maupun sosiologis dari komunikan untuk memahami sasaran komunikasi serta sebagai dasar penyusunan strategi persuasif yang tepat dan efektif sesuai keadaan komunikan.

Dalam memahami konsep persuasif, komunikator harus memiliki sebuah kesadaran individu untuk mengubah perilaku orang lain dengan cara menyampaikan beberapa pesan yang efektif. Cara penyampaian pesan dilakukan dengan keyakinan atau usaha yang tepat agar komunikan dapat menerima serta memahami pesan dengan baik. Hal ini diperlukan beberapa faktor pendukung seperti kejelasan tujuan, aspek-aspek keragaman secara persuasif, serta pemilihan strategi yang tepat.⁴¹ Pesan yang disampaikan tentunya bersifat ajakan untuk melakukan sesuatu. Hal ini sejalan dengan pengertian *bettinghouse* yang

³⁹ *Ibid*,

⁴⁰ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2008, h 77.

⁴¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi Cet ke -3*, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2003, h 39.

merumuskan persuasi sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, dan sikap.⁴²

Di antara penentu keberhasilan komunikasi persuasif adalah ketepatan komunikator dalam memilih bentuk komunikasi serta teknik yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan persuasif. Bentuk komunikasi diartikan sebagai saluran yang digunakan oleh komunikator untuk melakukan komunikasi persuasif. Menurut Effendy dalam “Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi”⁴³ bentuk komunikasi persuasif terbagi menjadi lima yaitu:

a. Komunikasi intra pribadi (*Intrapersonal communication*)

Komunikasi intra pribadi adalah komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang dimana dia membujuk dirinya sendiri untuk melakukan suatu tindakan. Pusat perhatian komunikasi berasal dari pengolahan informasi yang dialami oleh seseorang melalui sistem syaraf dan indranya.

b. Komunikasi antar pribadi (*Interpersonal communication*)

Konsep komunikasi antar pribadi adalah suatu komunikasi persuasif yang didasari oleh komunikasi antar pribadi atau antar perorangan yang bersifat pribadi baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam komunikasi antar personal ini, komunikator berupaya untuk menyampaikan pesan persuasif dengan cara mengajak atau membujuk komunikan secara pribadi untuk melakukan suatu tindakan sesuai keinginan komunikator. Komunikasi antar personal dilakukan secara tatap muka secara langsung, percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi, maupun berbagai bentuk komunikasi yang bersifat antar pribadi.

⁴² Dedy Djamiluddin Malik dan Yosol Iriantara, *Komunikasi Persuasif*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1994, h v

⁴³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi Cet ke -3*, h 77

c. Komunikasi kelompok (*Group communication*)

Sesuai namanya, komunikasi kelompok merupakan komunikasi persuasif yang memiliki fokus dan orientasi tujuan untuk mempengaruhi orang-orang yang berada dalam kelompok-kelompok kecil. Komunikasi kelompok dapat diaktualisasikan melalui kegiatan-kegiatan yang melibatkan anggota kelompok misalnya pada saat komunikator ingin menyampaikan keputusan di depan seluruh anggota kelompok.

d. Komunikasi Organisasi (*Organization communication*)

Komunikasi organisasi dipahami sebagai proses komunikasi persuasif yang ditekankan pada bagaimana seorang *leader* dapat mengarahkan anggotanya untuk berpendapat, bertindak, maupun bersikap sesuai yang diinginkan oleh *leader* melalui cara-cara persuasif yang lembut tanpa adanya paksaan.

e. Komunikasi Massa (*Mass communication*)

Konsep komunikasi massa selalu berorientasi pada media massa sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan persuasif. Dalam komunikasi massa selalu melibatkan sejumlah khalayak yang besar untuk dapat dibujuk dan dipengaruhi untuk bertindak sesuai keinginan komunikator. Kegiatan yang menggunakan komunikasi massa diantaranya adalah komunikasi melalui radio yang bersifat auditif sehingga dapat mempengaruhi aspek kognitif audiens.

Selain bentuk-bentuk komunikasi, aspek penting pendukung keberhasilan komunikasi persuasif adalah pemilihan teknik komunikasi yang relevan, sistematis, dan efektif. Teknik komunikasi persuasif merupakan cara-cara yang digunakan oleh komunikator untuk melakukan tugasnya, yaitu mengubah opini maupun sikap komunikan

baik melalui lisan, tulisan, maupun tindakan. Teknik komunikasi persuasif dapat dibedakan menjadi empat jenis sesuai tujuan dan fungsinya, yaitu:

a. Teknik asosiasi

Teknik asosiasi adalah teknik penyampaian pesan komunikasi dengan cara menempatkan pesan pada suatu peristiwa yang aktual atau suatu hal yang dapat menarik perhatian komunikan. Hal yang menarik komunikan dapat dilihat dari kondisi keseharian, kondisi sosial, maupun kondisi lingkungan komunikan.

b. Teknik Integrasi

Teknik integrasi adalah suatu teknik penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator dengan cara menyatukan diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu atau mengandung arti kebersamaan dengan komunikan. Teknik ini dapat dilakukan secara verbal maupun non verbal (sikap).

c. Teknik Ganjaran dan ancaman (*pay off and fear arousing technique*)

Teknik ganjaran dapat diartikan sebagai suatu teknik mempengaruhi komunikan dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan. Sedangkan teknik ancaman adalah suatu cara yang bersifat menakut-nakuti atau menyajikan konsekuensi yang buruk dan tidak menyenangkan perasaan komunikan.

d. Teknik Tataan

Teknik ini merupakan metode mempersuasi dengan jalan membangkitkan emosi komunikan dengan cara menjadikan isi pesan menjadi lebih indah sehingga menarik siapapun yang menerima pesan tersebut. Teknik tataan ini juga disebut

sebagai cara memanis-maniskan persuasif atau mengulang kegiatan persuasif sehingga komunikasi menjadi lebih menarik.⁴⁴

Pada kenyatannya, komunikasi persuasif menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam sebuah komunikasi persuasif, baik komunikator maupun komunikan memiliki keinginan yang sama untuk saling mempersuasi satu dan yang lain demi mewujudkan persamaan makna komunikasi. Komunikasi persuasif akan efektif apabila pesan komunikasi dapat tersampaikan dengan baik yang ditandai dengan respon berupa perubahan dari komunikan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami ciri-ciri komunikasi persuasif sebagai berikut:

- a. Kejelasan Tujuan. Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah opini, sikap, keyakinan, dan perilaku komunikan
- b. Memahami secara cermat kondisi komunikan. Komunikan atau sasaran persuasi tentu memiliki keragaman yang cukup kompleks. Keragaman tersebut dapat di latarbelakangi oleh beberapa faktor seperti karakteristik demografis, etnis atau suku, jenis kelamin, strata sosial, maupun gaya hidup.
- c. Memilih dan menentukan strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi persuasif merupakan satu kesatuan dari perencanaan komunikasi persuasif dan manajemen komunikasi. Perencanaan komunikasi yang matang dapat berpengaruh pada keberhasilan suatu proses komunikasi persuasif.⁴⁵

3. Teori Kredibilitas Sumber

Teori kredibilitas sumber atau dikenal dengan *source credibility theory* merupakan teori yang dipopulerkan oleh Hovland, Janis dan Kelley pada tahun 1953.

⁴⁴ Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Cet. 2, h 22

⁴⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* Cet ke -3, h 40.

Teori ini berasumsi bahwa orang akan mudah dipersuasi atau dibujuk apabila sumber-sumber persuasinya memiliki kredibilitas yang mumpuni. Semakin kredibel sebuah sumber komunikasi maka semakin mempermudah penyampai pesan dalam mengubah perilaku *audiens* atau komunikan. Seseorang cenderung lebih percaya dan memiliki keinginan untuk menerima pesan yang disampaikan oleh sumber-sumber yang mempunyai kredibilitas di bidangnya.⁴⁶ Sebagai contoh seorang dokter yang memiliki kredibilitas di bidang kesehatan akan mudah mendapatkan kepercayaan dari pasien daripada seorang penjual obat.

Seorang komunikator yang memiliki kredibilitas cenderung dapat menguasai sebuah proses komunikasi. Berbagai pesan persuasi akan mudah diterima oleh komunikan apabila sumber pesan merupakan orang yang kredibel atau ahli di bidangnya. Kredibilitas dipahami sebagai seperangkat persepsi komunikan tentang diri komunikator. Mar'at (1982) mendefinisikan kredibilitas sebagai penilaian atau kesan yang diberikan kepada komunikator oleh individu yang menerima pesan komunikasi.⁴⁷ Oleh karenanya, kredibilitas selalu berhubungan dengan munculnya persepsi penerima tentang diri sumber. Adapun karakteristik kredibilitas tidak hanya dilihat dari aspek jenis kelamin, usia, maupun kondisi sosio ekonomi tetapi juga dilihat dari kedudukan, kesungguhan, serta pengetahuan dan pemahaman tentang sebuah topik yang dibicarakan.

Di dalam teori kredibilitas sumber, kepercayaan komunikan ditentukan oleh ketrampilan komunikator atau *da'i* dalam mempengaruhi komunikan atau *mad'u*. Kepercayaan komunikator berkaitan langsung dengan kemampuan komunikator dalam

⁴⁶ Pawit M.Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Perpustakaan*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2009), h 114

⁴⁷ Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014, h 42

menyelesaikan permasalahan yang terjadi di lingkungan sosial. Teori ini akan selalu menekankan bahwa seseorang yang ingin melakukan persuasi kepada suatu kelompok masyarakat harus mempertimbangkan aspek kredibilitas. Kredibilitas komunikator dibentuk oleh kecerdasan komunikator dalam memahami semua informasi yang berkaitan dengan objek sasaran dan mampu mempertanggungjawabkan keaslian sebuah informasi. Hal ini berarti esensi dari kredibilitas sumber menunjukkan adanya komponen penting yaitu keahlian dan kepercayaan.

Keahlian dipahami sebagai kesan yang dibentuk oleh penerima pesan (*mad'u*) terkait dengan kemampuan sumber komunikasi dalam menyampaikan pesan persuasi. Sementara kepercayaan merupakan kesan penerima (*mad'u*) tentang sumber komunikasi yang berhubungan dengan sifat yang ada pada diri komunikator (*da'i*) seperti aspek moral, sopan santun, ketulusan, kejujuran, sifat adil dan lain sebagainya. Penerima pesan (*mad'u*) menggunakan aspek keahlian dan kepercayaan untuk menilai hubungan antara topik yang dibicarakan dengan sumber komunikasi. Seorang komunikator atau *da'i* yang memiliki keahlian di bidangnya serta dapat dipercaya akan dapat dengan mudah memberikan pengaruh besar terhadap komunikan tentang aspek-aspek yang menguntungkan dirinya. Hal ini merupakan aspek yang menentukan kredibilitas komunikator atau *da'i* dalam menentukan apakah pesan diterima atau ditolak oleh komunikan atau *mad'u*.

Seorang komunikator atau *da'i* dianggap memiliki kredibilitas apabila memiliki beberapa aspek penting diantaranya mudah berinteraksi dengan orang lain, memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, memiliki kepercayaan dengan komunikan serta memiliki keahlian dalam mempengaruhi komunikan. Sikap penerima akan merasa yakin

atau benar terhadap sumber komunikasi (*da'i*) ketika mereka menganggap bahwa komunikator atau *da'i* memiliki aspek penting di atas. Selain itu, komunikan atau *mad'u* juga akan memilih untuk menerima sebuah keputusan dari sumber yang memiliki pengetahuan yang luas, cerdas, dan dinamis. Pengetahuan yang luas direfleksikan oleh sumber sebagai orang yang mengetahui secara benar tentang isu-isu yang dikemukakannya secara jelas dan tidak bias. Komponen kualifikasi kredibilitas sumber di atas merupakan faktor yang dapat mewujudkan efektivitas komunikasi persuasif dalam sebuah kelompok sosial baik mikro maupun makro.

4. Muallaf

Muallaf merupakan istilah yang biasa disematkan bagi mereka yang baru masuk agama islam. Istilah muallaf berasal dari kata *al-lafa* yang artinya menghimpun sesuatu dengan sesuatu atau menyatukan sesuatu dengan sesuatu. Dalam istilah fiqh, muallaf diartikan sebagai orang yang dibujuk atau disentuh hatinya untuk mengenal islam dan atau mereka yang baru masuk agama islam dan masih lemah dari segi keimanan.⁴⁸ Muallaf juga dapat diartikan sebagai seseorang yang masih awam dengan agama islam, yang baru mengucapkan dua kalimat syahadat dari kesadaran diri sendiri tanpa keraguan dan paksaan dari pihak manapun.⁴⁹

Yusuf al-Qardhawi mendefinisikan muallaf sebagai mereka yang dijinakkan hatinya untuk menerima islam. Dalam hal ini, muallaf terbagi menjadi dua yaitu muallaf islam dan muallaf bukan islam. Muallaf islam adalah orang yang secara lahir dan bathin telah menyatakan diri untuk masuk agama islam dan imannya masih lemah, sehingga

⁴⁸ M.Abdul Mujib dkk, *Kamus Istilah Fiqh*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997, h 221.

⁴⁹ Hafid Mudori, Treatment & Kondisi Psikologis Muallaf, *Jurnal Edukasi BKI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* (Maret:2017), h 27

dengan pemberian zakat menjadi strategi untuk menguatkan keimanan mereka. Pengertian ini sejalan dengan pemikiran Imam Qurtubi dalam *'al-Jami' li Ahkam al-Qur'an* yang mendefinisikan muallaf sebagai orang yang telah memeluk agama islam dan diharapkan melalui upaya pemberian zakat dapat memantapkan hatinya apabila masih ada keraguan terhadap islam.⁵⁰ Dengan adanya pemberian zakat juga diharapkan dapat menarik minat di kalangan mereka untuk memeluk agama islam.

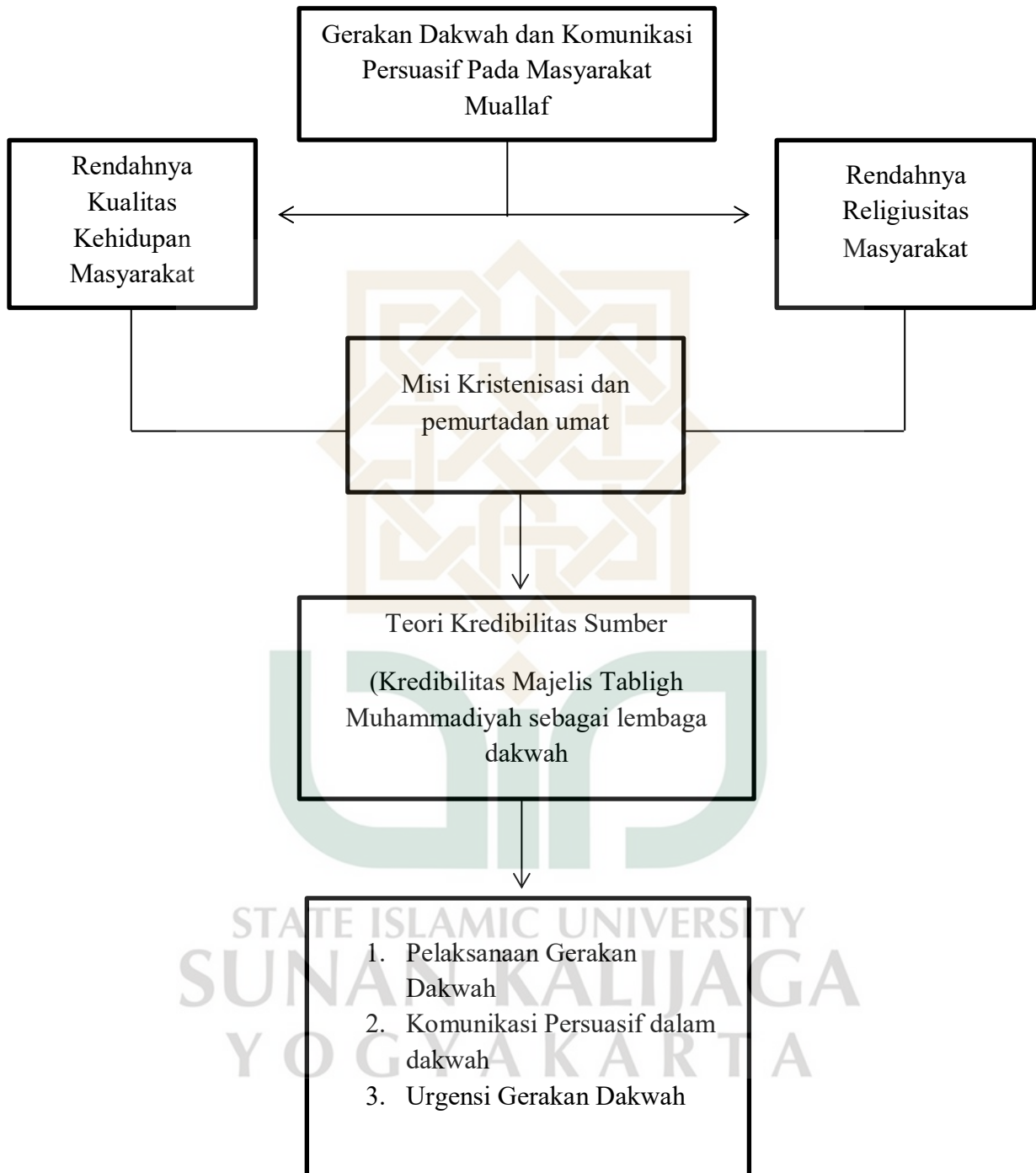
Sedangkan muallaf bukan islam adalah mereka yang diharapkan keislamannya sehingga perlu bimbingan yang mendalam untuk memperkuat dan memperteguh keyakinannya untuk masuk ke islam. Muhammad Rasyid Ridha mendefinisikan muallaf bukan islam sebagai orang yang hatinya hendak diluluhkan agar memiliki keinginan untuk memeluk agama islam. Pemberian zakat kepada golongan muallaf bukan islam juga dilakukan dengan harapan dapat memperteguh niat dan keinginannya untuk masuk islam secara *kaffah*.⁵¹

Muallaf dalam penelitian ini adalah merujuk pada mereka yang baru memeluk agama islam, dan tergolong lemah secara keimanan dan spiritual keagamaannya, sehingga membutuhkan bimbingan serta arahan yang intensif setelah melakukan konversi agama dari non islam ke agama islam. Bimbingan kepada muallaf membutuhkan sebuah strategi khusus dari seorang da'i untuk memantapkan keyakinan para muallaf yang belum mengenal islam secara holistik. Dengan adanya gerakan dakwah dapat menjadi media alternatif untuk memfasilitasi para muallaf dalam memahami agama islam secara kaffah serta dapat menerapkannya dalam kehidupan baik kehidupan personal maupun komunal.

⁵⁰ Abi Abdullah Muhammad bin Ahmad al-Ansari al-Qurtubi, *'al-Jami li Ahkam al-Qur'an*, Kairo: Dar Ibnul Jauzi Kairo, 1966, h 166

⁵¹ Razaleigh Muhamat, Artikel Pembangunan Dakwah Kontemporer Kepada Saudara Baru di Malaysia, h 5

5. Kerangka Berfikir



Konsep di atas merupakan sebuah kerangka berfikir yang menggambarkan penelitian penulis tentang “Gerakan Dakwah dan Komunikasi Persuasif Pada Masyarakat Muallaf: Studi Kasus Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah di dusun Tugunongko kabupaten Ponorogo”. Dalam penelitian ini, penulis akan memulai dengan mendeskripsikan dua permasalahan pokok yang telah tumbuh dan berkembang secara turun temurun pada masyarakat, yaitu rendahnya kualitas kehidupan masyarakat dan rendahnya religiusitas masyarakat. Permasalahan tentang rendahnya kualitas kehidupan masyarakat diawali dengan menjabarkan permasalahan ekonomi yang berdampak pada kesejahteraan sosial, sedangkan pada permasalahan rendahnya religiusitas masyarakat penulis akan menjabarkan kondisi keagamaan yang dialami oleh masyarakat dusun Tugunongko sebelum adanya gerakan dakwah.

Adanya dua pokok permasalahan yang terjadi pada masyarakat ini dimanfaatkan oleh misionaris untuk menyebarkan misi kristenisasi dan pemurtadan umat. Dalam hal ini, penulis akan menjabarkan bentuk-bentuk kristenisasi yang diawali dengan mendeskripsikan strategi misionaris dalam mengajak masyarakat untuk melakukan konversi agama serta kegiatan kristenisasi yang telah mendominasi masyarakat sebagai bentuk dari kinerja misionaris. Selanjutnya, dengan menggunakan teori kredibilitas sumber yang melibatkan Majelis Tabligh Muhammadiyah Daerah Ponorogo sebagai lembaga yang memiliki kredibilitas dalam bidang dakwah, penulis akan menganalisis dan menjabarkan peran Majelis Tabligh Muhammadiyah yang secara nyata telah menjadi pelopor dakwah dalam rangka meminimalisir penyebaran misi dan pemurtadan umat serta mengajak masyarakat Tugunongko untuk kembali kepada ajaran islam.

Gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah telah dilakukan sejak tahun 2006 dengan memaksimalkan program-program dakwah. Dalam penelitian ini, penulis akan

menjabarkan pelaksanaan gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah melalui kegiatan-kegiatan dakwah yang sudah terlaksana pada masyarakat muallaf. Penulis juga akan menganalisis komponen komunikasi persuasif sebagai strategi pendekatan yang dilakukan oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah dalam melaksanakan kegiatan dakwah. Komunikasi persuasif menjadi komunikasi yang efektif untuk membujuk atau mengajak masyarakat dengan cara-cara persuasif agar masyarakat dapat berpikir dan bertindak sesuai keinginan Majelis Tabligh Muhammadiyah yaitu kembali mengamalkan ajaran-ajaran islam.

Adanya respon yang baik dari masyarakat Tugunongko terhadap gerakan dakwah, menjadikan kegiatan ini masih terus dilaksanakan secara konsisten hingga saat ini. Pada bagian akhir, penulis akan menganalisis dan menjabarkan beberapa faktor tentang urgensi pelaksanaan gerakan dakwah pada masyarakat muallaf. Majelis Tabligh Muhammadiyah yang memiliki kredibilitas dalam bidang dakwah memiliki tugas dan tanggungjawab untuk menyebarkan misi ajaran islam kepada seluruh masyarakat di wilayah Ponorogo. Gerakan dakwah yang ditujukan pada masyarakat muallaf ini menjadi misi dakwah yang harus terus dilaksanakan dan dijaga eksistensinya oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah demi tegaknya agama islam di muka bumi ini.

F. Metode Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian tentang **“Gerakan Dakwah dan Komunikasi Persuasif Pada Masyarakat Muallaf: Studi Kasus Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah di Dusun Tugunongko Kabupaten Ponorogo”**, penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif digunakan penulis untuk memahami dan mengeksplorasi gerakan dakwah dan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah. Jenis penelitian ini dianggap relevan karena melalui penelitian kualitatif, penulis dapat mendeskripsikan secara lebih luas tentang aktivitas dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf. Penelitian kualitatif juga digunakan untuk mendeskripsikan pentingnya pengembangan islam yang terjadi pada lingkup masyarakat muallaf selama aktivitas gerakan dakwah berlangsung di Dusun Tugunongko, Kabupaten Ponorogo.

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yang sengaja digali untuk memperoleh informasi mengenai data yang dibutuhkan oleh penulis. Adapun dua sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Sumber data Primer

Sumber data primer adalah sumber yang memuat data induk, yaitu data yang didapat oleh penulis melalui observasi secara langsung di lokasi penelitian. Sumber primer dalam penelitian ini adalah informan dari Majelis Tabligh Muhammadiyah Daerah Ponorogo yang berjumlah 7 orang yaitu Drs. M.sholih, Samuri, Sudrajat, Drs.Nursalim, Marsyudi Boking Hasan, Drs. Maqomam Mahmudi, serta M.Ashfihani.

b. Sumber data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data pendukung atau data tambahan. Sumber data sekunder meliputi informan dari masyarakat untuk mengetahui pengembangan islam di dusun Tugunongko, dokumen, arsip, artikel, website, berita, buku, maupun jurnal-jurnal penelitian yang relevan. Sumber data sekunder ini akan menjadi data-data penguat atau bukti-bukti pendukung tentang adanya gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah Daerah Ponorogo pada masyarakat muallaf.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh penulis dalam mengumpulkan data-data penelitian. Adapun tahapan pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

a. Observasi Lapangan

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan cara terjun ke lokasi penelitian untuk mengamati aktivitas dakwah. Penulis melakukan observasi lapangan di dusun Tugunongko, kabupaten Ponorogo untuk mengamati pelaksanaan gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab melalui tatap muka antara penulis dan informan dengan menggunakan *interview guide*.⁵² Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan data berupa keterangan secara spesifik tentang gerakan dakwah islam Majelis Tabligh Muhammadiyah dalam pengembangan

⁵² Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011, h 194.

islam pada masyarakat muallaf. Teknik yang digunakan penulis adalah wawancara terpimpin, dengan mengajukan kerangka pertanyaan yang sudah dibuat secara langsung kepada informan.

c. Dokumentasi

Tujuan dokumentasi dalam penelitian adalah untuk memperoleh informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi meliputi dokumen publik dan privat.⁵³ Dalam penelitian ini penulis menggunakan dokumentasi pada dokumen publik berupa sumber-sumber di internet, koran, majalan maupun buku-buku yang relevan, sedangkan dokumen privat berupa dokumen pribadi yang dimiliki oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah Daerah Ponorogo selama melakukan aktivitas gerakan dakwah di dusun Tugunongko kabupaten Ponorogo.

4. Teknik Analisis Data

Penggunaan analisis data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menyusun dan menginterpretasikan data yang diperoleh oleh penulis. Penulis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga sub proses yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau pengambilan kesimpulan.⁵⁴

Tahap 1. Reduksi Data. Tahap reduksi data adalah sebuah langkah analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, memotong yang tidak perlu, serta mengelompokkan data sedetail mungkin hingga beberapa kesimpulan akhirnya bisa diverifikasi. Pada tahap ini, penulis melakukan suatu proses penyederhanaan dan

⁵³ Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis dan Riset Komunikasi : Disertai contoh Riset Media, Public Relation. Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009, h 118.

⁵⁴ M.Djunaidi dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012, h 306-309.

transformasi data melalui berbagai macam metode seperti melalui pemilihan yang ketat, melalui ulasan atau ringkasan singkat, melalui penggolongan satu pola yang lebih luas dan lain-lain.

Tahap 2. Penyajian Data. Yang dimaksud dengan tahap penyajian data disini adalah satu set informasi yang dapat memberikan alternatif kemungkinan dalam melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melalui tahap penyajian data, penulis akan dapat memahami apa yang tengah terjadi dan langkah apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman penulis dari penyajian tersebut.

Tahap 3. Verifikasi dan penarikan kesimpulan. Dalam tahap ini, penulis melakukan proses pemeriksaan data dan penarikan kesimpulan berdasarkan data awal yang ditemukan di lapangan. Hasil ini bersifat sementara, sebab apabila penulis mendapatkan temuan lain yang dianggap dapat menjadi data pendukung, maka penulis berusaha untuk mencatatnya. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh di lapangan sudah sesuai untuk menjawab semua permasalahan, sehingga kesimpulan akhir dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara akademik.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam tesis yang berjudul **“Gerakan Dakwah dan Komunikasi Persuasif Pada Masyarakat Muallaf: Studi Kasus Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah di Dusun Tugunongko Kabupaten Ponorogo”** yaitu sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, adalah bab yang menjadi acuan penelitian. Bab ini membahas tentang gambaran penelitian yang dilakukan serta pokok permasalahannya yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Dalam bab ini menjelaskan tentang deskripsi profil Majelis Tabligh Muhammadiyah dan gambaran umum dusun Tugunongko, kabupaten Ponorogo. Beberapa poin penting dalam pembahasan bab ini adalah profil, struktur organisasi maupun program kerja Majelis Tabligh Muhammadiyah, serta kondisi kependudukan dusun Tugunongko.

BAB III : Bab ini berisi tentang pelaksanaan gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf. Aspek yang diambil dalam bab ini meliputi sejarah gerakan dakwah, sasaran dakwah, materi dakwah, serta kegiatan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf.

BAB IV : Bab IV memiliki koherensi dengan Bab sebelumnya. Jika pada Bab III pembahasan fokus pada pelaksanaan gerakan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf, maka pada bab ini aspek yang dikaji adalah proses komunikasi persuasif dalam dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah serta mengulas tentang faktor-faktor yang mendasari pentingnya gerakan dakwah dilakukan pada masyarakat muallaf.

BAB V : Bab V adalah penutup. Pembahasan dalam Bab ini mencakup kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian serta saran-saran. Saran ini bertujuan untuk memberi masukan bagi seluruh pihak terkait serta mereka yang memiliki relevansi seputar penelitian tesis ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Gerakan Dakwah menjadi misi keagamaan yang essensial bagi Majelis Tabligh Muhammadiyah sebagai lembaga yang memiliki otoritas penuh dalam bidang dakwah. Gerakan dakwah dilaksanakan dengan mengoptimalkan kegiatan-kegiatan keagamaan yang dapat mendekatkan masyarakat dengan kebutuhannya dan secara nyata dapat meningkatkan religiusitas masyarakat muallaf. Proses pendekatan dakwah dilakukan melalui strategi komunikasi persuasif yang berorientasi pada perubahan baik perubahan pola pikir, perilaku maupun sikap masyarakat ke arah yang lebih baik. Dengan demikian, komunikasi persuasif menjadi bagian dari proses dakwah yang bertujuan untuk membentuk kehidupan masyarakat di bawah naungan ajaran islam.

Berdasarkan penjabaran dan analisis penulis pada bab-bab sebelumnya tentang gerakan dakwah dan komunikasi persuasif Majelis Tabligh Muhammadiyah pada masyarakat muallaf, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam melaksanakan gerakan dakwah, Majelis Tabligh Muhammadiyah mengambil konsep *dakwah bil-hal* yang diwujudkan melalui kegiatan nyata terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat. Konsep *dakwah bil hal* bersifat multiaspek yang diimplementasikan melalui pemilihan materi dakwah yang mencakup berbagai aspek kehidupan seperti keislaman, sosial kemasyarakatan, kesehatan islam, serta ketahanan ekonomi masyarakat. Luasnya cakupan dakwah menjadi strategi MTM untuk membentuk dan melaksanakan berbagai kegiatan dakwah seperti (1) dakwah islamisasi, (2) dakwah multiaspek melalui tausiyyah atau ceramah, (3) dakwah

- kesehatan, (4) dakwah sosial, dan (5) dakwah pendidikan. Pelaksanaan gerakan dakwah yang bersifat multiaspek ini menjadi konsep yang efektif untuk memberikan pencerahan dan pemahaman yang luas dan mendalam pada masyarakat muallaf tentang ajaran agama islam.
2. Sebagai penunjang efektifitas gerakan dakwah, Majelis Tabligh Muhammadiyah menggunakan strategi komunikasi persuasif sebagai komunikasi yang efektif untuk mengajak dan membujuk masyarakat agar secara konsisten dapat mengikuti berbagai pembinaan dakwah. Dalam prosesnya, Majelis Tabligh Muhammadiyah telah memilih dan menggunakan empat komponen penting dalam komunikasi persuasif yaitu proses komunikasi persuasif, bentuk komunikasi persuasif, teknik komunikasi persuasif serta kredibilitas sumber pesan. Pemilihan dan penerapan ke empat komponen penting di atas menjadi satu kolaborasi yang baik untuk menarik perhatian masyarakat muallaf dalam proses pembinaan maupun bimbingan dakwah islam.
 3. Secara nyata, gerakan dakwah pada masyarakat muallaf penting dilakukan oleh Majelis Tabligh Muhammadiyah. Hal ini bertujuan untuk membentengi gerakan misi kristenisasi dan pemurtadan umat yang dapat terjadi sewaktu-waktu. Orientasi dakwah pada masyarakat muallaf didasari oleh empat faktor penting yaitu mempertahankan eksistensi islam melalui pengajaran dan bimbingan dakwah, penanaman aqidah sebagai pondasi dalam islam, memaksimalkan pembinaan umat, serta mengoptimalkan penguatan ukhuwah islamiyyah. Pelaksanaan dakwah secara intensif berdasarkan empat pokok penting di atas menjadi tanggungjawab besar Majelis Tabligh Muhammadiyah dalam rangka mensyiarkan tegaknya ajaran agama islam di Dusun Tugunongko, Kabupaten Ponorogo.

B. Saran

Penelitian tentang gerakan dakwah yang telah penulis lakukan di dusun Tugunongko secara umum memberikan banyak hal yang menarik baik tentang pelaksanaan kegiatan dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah, proses komunikasi persuasif sebagai bagian dari kegiatan dakwah serta urgensi dari pelaksanaan dakwah pada masyarakat muallaf yang telah peneliti angkat dalam karya ilmiah ini. Untuk penelitian selanjutnya penulis memberikan beberapa rekomendasi berdasarkan penemuan data di lapangan yang penulis dapatkan yaitu :

1. Dalam rangka melaksanakan program pembinaan umat, ada pihak yang juga terlibat dalam memfasilitasi proses ikrar syahadat beberapa muallaf. Salah satunya yaitu penyuluh agama kecamatan Slahung. Peran penyuluh agama dalam meningkatkan religiusitas pada masyarakat muallaf ini menarik untuk dikaji. Penyuluh agama sebagai lembaga pemerintahan yang memiliki tugas dan tanggungjawab dalam melakukan bimbingan keagamaan kepada masyarakat dapat dijadikan sebagai subjek dakwah dalam penelitian selanjutnya. Pendalaman data dan fakta mengenai kegiatan islamisasi yang telah dilakukan oleh penyuluh agama menjadi sebuah penemuan yang komprehensif untuk memperluas penelitian tentang gerakan dakwah pada masyarakat muallaf di dusun Tugunongko.
2. Secara personal, motivasi muallaf dalam mengambil keputusan untuk memeluk agama islam berbeda antara satu dan yang lain. Ada yang di latar belakang oleh faktor keluarga, faktor lingkungan, faktor ekonomi, hingga faktor spiritual individu. Dalam mengambil keputusan untuk merubah keyakinan ini tentu membutuhkan proses perenungan yang panjang serta pematapan lahir dan bathin. Penelitian dengan

pendekatan fenomenologi, sangat penulis sarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menganalisis motivasi serta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi proses konversi agama masyarakat muallaf di dusun Tugunongko. Peneliti juga dapat menganalisis fenomena tersebut dalam perspektif budaya untuk memperluas kajian penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel

- A.W.Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bina Akasara, 1986.
- Abdul Halim Mahmud, *Merajut Benang Ukhuwah Islamiyah*, Terj. Hawin Murthado, Solo: Era Intermedia, 2000.
- Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah*, Yogyakarta: Sipress, 1996.
- Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Abi Abdullah Muhammad bin Ahmad al-Ansari al-Qurtubi, *'al-Jami li Ahkam al-Qur'an*, Kairo: Dar Ibnul Jauzi Kairo, 1966.
- Adeng Muchtar Ghazali, *Antropologi Agama; Upaya Memahami Keragaman Kepercayaan, Keyakinan, dan Agama* Cet. 1, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Adian Husaini, *Kristenisasi di Indonesia*, Bandung: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, 2008.
- Adnan Harahap, *Da'wah dalam Teori dan Praktek*, Yogyakarta: Sumbangsih, 1980.
- Ahmad Fuad Fanani dkk, *Islam berkemajuan Untuk Peradaban Dunia*, Bandung: Mizan, 2015.
- Ahmad Hasjmy, *Dustur Dakwah dalam Al-Qur'an* Cet III, Jakarta: Bulan Bintang, 1994.
- Alfiana Yuniar Rahmawati, Menghidupkan Dakwah Profetik di Era Millenial, *Jurnal Al-Hikmah: IAIN Pontianak*, 2020.
<https://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/alhikmah/article/view/1567>
- Alwi Shihab, *Membendung Arus Respon Gerakan Muhammadiyah Terhadap Penetrasi Misi Kristen di Indonesia*, Jakarta: Mizan, 1998.
- Andreas Sudjono, Mentalitas Misionaris, *Antusias: Jurnal Teologi dan Pelayanan*, Vol.2, No 4
<https://www.sttintheos.ac.id/e-journal/index.php/antusias/article/view/24>
- Aqib Suminto, *Politik Islam*, Jakarta: LP3ES, 1985.
- Awaluddin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis* Cet I, Semarang: Rasail, 2005.
- Bambang S.Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2008.

- Dedy Djamaluddin Malik dan Yosol Iriantara, *Komunikasi Persuasif*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1994.
- Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung: Refika Aditama, 2014.
- Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Cet. 2, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1992.
- H. Marhaban, Developing Ukhuwah Islamiyah based on instructions of The Qur'an, *At-Tibyan: Jurnal Ilmu Alqur'an dan Tafsir*, IAIN Langsa, 2019
<https://www.journal.iainlangsa.ac.id/index.php/tibyan/article/view/791>
- Haedar Nashir, *Muhammadiyah Gerakan Pembaruan*, Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2010.
- Hafid Mudori, Treatment & Kondisi Psikologis Muallaf, *Jurnal Edukasi BKI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, Maret: 2017. <https://www.bing.com/search?q=digilib.uinsuka.ac.id/view/year/2017&form=IPRV10>
- Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, Malang: UMM Press, 2010.
- Hasan Shadily, *Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- HM.Kholili, *Beberapa Pendekatan Psikologi Dalam Dakwah*, Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2008.
- HM.Kholili, *Pokok-pokok Pikiran tentang Psikologi Dakwah*, Diklat I, Kuliah Psikologi Dakwah, Yogyakarta: UD.Rama, 1988.
- Irzum Fariyah, Medoaldisasi Dakwah Masyarakat Pinggiran”, *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol.XVI, No 1, 2015.
<http://ejournal.uinsuka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/1060/932>
- Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik Konsep dan Pendekatan*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Jalaluddin Rakhmat, M.Sc, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2019.
- Jan.S.Aritonang, *Sejarah Perjumpaan Kristen dan Islam di Indonesia*, Jakarta: Gunung Mulia, 2006.
- Khursid Ahmad, dkk, *Da'wah Islam dan Missi Kristen*, Bandung: Risalah, 1984.

- Lailatul Maghfiroh, Agama Pinggiran (Makna Agama Bagi Komunitas Pengamen Jalanan di Terminal Purabaya), *Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2019.
- M.Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- _____, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2004.
- M.Yunan Yusuf, Metode Dakwah: Sebuah Pengantar Kajian dalam Munzir Suparta dan Harjani Hefni (ed), *Metode Dakwah* Cet II, Jakarta: Prenada Media, 2006.
- M.Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 1994.
- _____, *Wawasan Al-Qur'an dan Tafsir Maudhu'i atas Berbagai Persoalan Umat*, Bandung: Mizan, Cet. III, 1996.
- M.Amin Rais, *Cakrawala Islam: antara cita dan fakta*, Bandung: Mizan, 1991.
- Muhammad Barmawi, Aktualisasi Dakwah Islam (Kajian Analisis Formulasi Dakwah Rasulullah), *Religia: Journal Stain Pekalongan*, E-ISSN 2527-5992, Vol 19, No 2, Oktober 2016.
- M.Abdul Mujib dkk, *Kamus Istilah Fiqh*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997.
- M.Djunaidi dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Mh. Djaldan Badawi, *Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah 1912-1985*, Yogyakarta: Sekretaris PP Muhammadiyah, 1998 dan dokumen Keputusan Mukhtar Muhammadiyah ke-47 tahun 2015 – 2020.
- M.Natsir, *Fiqh Da'wah*, Surakarta: Yayasan Kesejahteraan Pemuda Islam, 1981.
- Muhammad Husain Abdullah, *Studi Dasar-dasar Pemikiran Islam*, Yogyakarta: Pustaka Thariqatul Izzah, 2001.
- Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Nurhalima Tambunan, Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah Dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara, *Tesis: Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara*, 2013 <http://repository.uinsu.ac.id/1493/>
- Oscar Lewis, Kebudayaan Kemiskinan, dikutip dari Parsudi Suparlan, *Kemiskinan di Perkotaan*, Jakarta: Yayasan Obor, 1993.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* Cet ke -3, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2003.

Pawit M.Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Perpustakaan*, Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2009.

Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Ponorogo, *Tanfidz (Keputusan Musyda Muhammadiyah ke 10 Tahun 2016*, Ponorogo: PDM Kabupaten Ponorogo, 2016.

Rachmat Kriyanton, Ph.D, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Prenadamedia Grup, 2019.

Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis dan Riset Komunikasi : Disertai contoh Riset Media, Public Relation. Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009

Razaleigh Muhamat, “Pembangunan Dakwah Kontemporer Kepada Saudara Baru di Malaysia”
https://www.researchgate.net/profile/Razaleigh_Muhamat_Kawangit/publication/303025974

Rosidin, Widodo, dan Siti Aminah, “Strategi Penyuluh Agama Dalam Pemberdayaan Muallaf Kecamatan Turi Kabupaten Sleman”, *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* P-ISSN: 1907-4174, E-ISSN: 2621-0681 Vol.14, No.1, Januari-Juni 2020 <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/204>

S.Djuarsa Sanjaya, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka, 1994.

Said Bin Ali Bin Wahf Al-Qahtani, *9 Pilar Keberhasilan da'i di Medan Dakwah*, Solo: Pustaka Arafah, 2001.

Sahrul, Pemikiran Dakwah Sosial Muhammadiyah, *Jurnal Analytica Islamica*, Vol.1. No.2, 2012: 293-307 <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/article/view/386>

Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014.

ST.Aisyah, BM dkk, Bentuk Penerapan Dakwah Persuasif Terhadap Pembinaan Eks Pekerja Seks Komersial Di Panti Sosial Karya Wanita Mattirodeceng Kota Makassar, *Jurnal Diskursus Islam*, Vol 06 No.1, April 2018.

St.Nur Alfiana Wulandari, *Dakwah Persuasif Pada Muallaf Etnis Tionghoa (Studi Pada Persatuan Islam Tionghoa Indonesia Surabaya)*, Tesis: UIN Sunan Ampel Surabaya 2020.

Syamsuri Siddiq, *Dakwah dan Teknik Berkhutbah*, Bandung: PT Al-Ma'rifat, 1981.

Tata Sukayat, *Quantum Dakwah jilid I*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009.

Taufik Al-Wa'iy, *Dakwah ilallah*, Mesir: Darul Yaqin, 2010.

Ulil Amri Syafri, *Dakwah Mencermati Peluang dan Problematikanya*, Jakarta: STID Muhammad Natsir Press, Cet. 1, 2007.

Wahyu Illaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Weinata Sairin, *Gerakan Pembaharuan Muhammadiyah*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.

Yuedi Kumariyanto, Studi Kasus Pindah Agama di GKJW Jemaat Ponorogo Dari Perspektif Konseling Pastoral”, *Tesis : Universitas Kristen Satya Wacana*, 2016, <https://core.ac.uk/download/pdf/288110586.pdf>

Sumber Internet

<http://tabligh.muhammadiyah.or.id/content-4-sdet-visi-dan-misi.html>

<http://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/keputusan-menteri-kesehatan-republik-indonesia-no-1076-menkes-sk-vii-2003-tentang-penyelenggaraan-pengobatan-tradisional.pdf>

<https://sipuu.setkab.go.id/PUUdoc/7308/UU0202003.htm>

<http://ponorogo.muhammadiyah.or.id/artikel-sekilas-tentang-muhammadiyah-di-kabupaten-ponorogo--detail-567.html>

<https://anabaptisthistorians.org/tag/missionaries/>
<https://www.nahimunkar.org/fenomena-pemurtadan/>

<https://ponorogokab.bps.go.id>

Wawancara

Boirah. Warga Kristiani. Wawancara di depan rumah bapak RT dusun Tugunongko pada 8 Februari 2021.

Filipus Sabar Sudono Pranowo, Ketua RT Tugunongko. Wawancara melalui whatsapp pada 2 Januari 2021.

M. Ashfi Hani, Anggota Majelis Tabligh Muhammadiyah , Wawancara di kediaman Desa Jetis Kabupaten Ponorogo, 17 Oktober 2020 dan 27 Februari 2021.

Marmi. warga Tugunongko. Wawancara di kediaman RT 1/RW 1 Dusun Tugunongko, Kabupaten Ponorogo pada 9 Februari 2021.

Marsyudi Boking Hasan, anggota dewan yang membuka tanah di Tugunongko. Wawancara di kediaman Ponorogo, 17 Oktober 2020.

Maqomam Mahmudi, Da'i. Wawancara di kediaman Ngabar Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo pada 28 Februari 2021.

Misiyem. Warga muallaf Tugunongko. Wawancara pada 9 Februari 2021.

Moh.Sholih, Sekretaris Majelis Tabligh Muhammadiyah Ponorogo. Wawancara di kediaman desa Ronowijayan, Kec. Siman, Kab.Ponorogo pada 4 Februari 2021.

Nursalim. Da'i. Wawancara di kediaman desa Josari, Kecamatan Jetis, Kabupaten Ponorogo pada 28 Februari 2021.

Parlin. Ketua Dukuh Tugunongko. Wawancara di kediaman pada 8 Februari 2021.

Samuri, Bagian Tata Usaha PDM Ponorogo. Wawancara di kantor Pimpinan Daerah Ponorogo, pada 4 Februari 2021.

Sudrajat, Da'i. Wawancara di kediaman Setono kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo pada 2 Februari 2021

Sukarno. Tokoh agama. Wawancara di kediaman dusun Tugunongko pada 6 Februari 2021.

Tukirah. Warga dusun Tugunongko. Wawancara di kediaman Dusun Tugunongko pada 11 Februari 2021.

Yeni, Warga dusun Tugunongko. Wawancara di kediaman RT 1/RW 1 pada 8 Februari 2021.