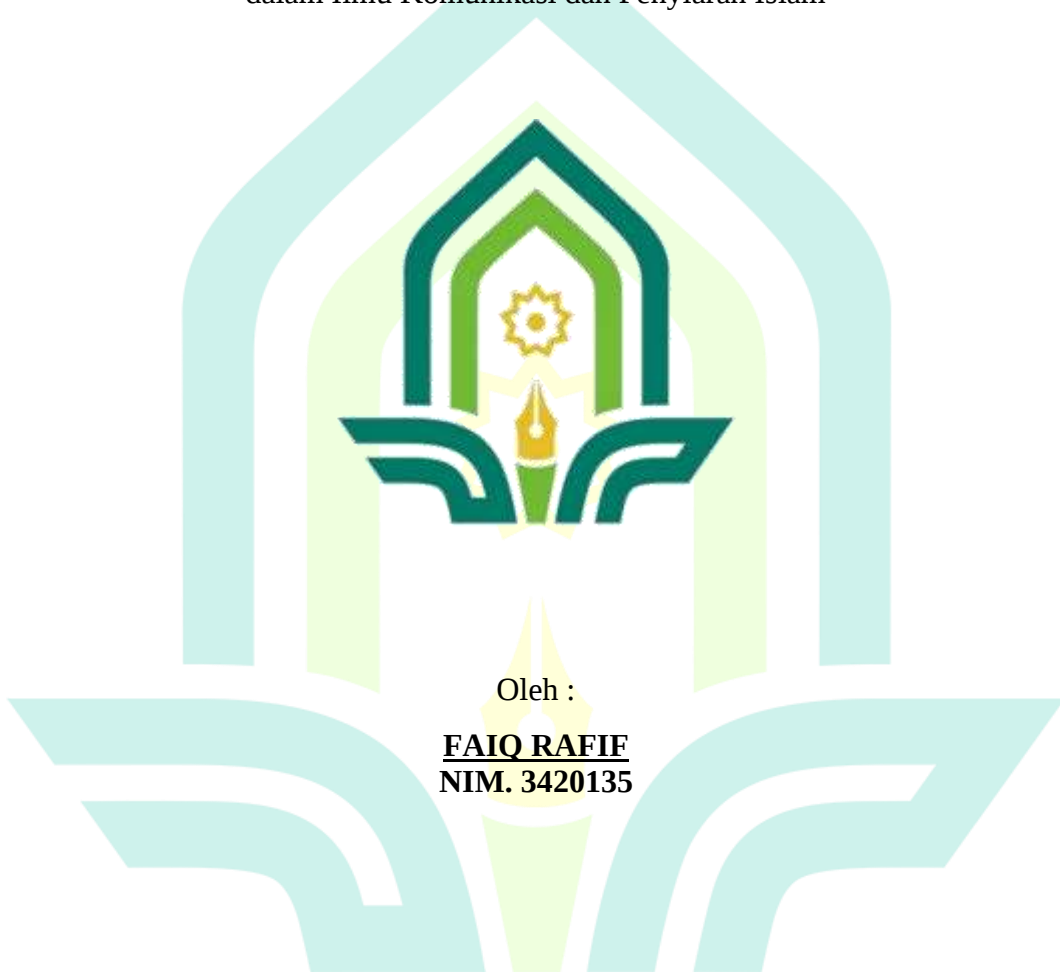


**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM
PENGEMBANGAN MBS YOGYAKARTA SEBAGAI
SEKOLAH RUJUKAN PONDOK MUHAMMADIYAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

FAIQ RAFIE
NIM. 3420135

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM
PENGEMBANGAN MBS YOGYAKARTA SEBAGAI
SEKOLAH RUJUKAN PONDOK MUHAMMADIYAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Faiq Rafif

NIM : 3420135

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PENGEMBANGAN MBS YOGYAKARTA SEBAGAI SEKOLAH RUJUKAN PONDOK MUHAMMADIYAH”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 21 Juli 2026

Yang Menyatakan,



Faiq Rafif
NIM. 3420135

NOTA PEMBIMBING

Hanif Ardiansyah, M.M

Jl. Kusuma Bangsa No. 9, Panjang Baru, Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan
51141

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Faiq Rafif

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam
di **PEKALONGAN**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Faiq Rafif
NIM : 342035
Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM
PENGEMBANGAN MBS YOGYAKARTA SEBAGAI
SEKOLAH RUJUKAN PONDOK MUHAMMADIYAH**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 2 Juli 2026

Pembimbing,


Hanif Ardiansyah, M.M
NIP. 199106262019031010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **FAIQ RAFIF**

NIM : **3420135**

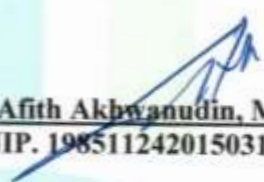
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM
PENGEMBANGAN MBS YOGYAKARTA SEBAGAI
SEKOLAH RUJUKAN PONDOK MUHAMMADIYAH**

yang telah diujikan pada Hari Senin, 13 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Afith Akbwanudin, M.Hum
NIP. 198511242015031005


Muhammad Rizam Kamal, M.Kom
NIP. 198812312019031011

Pekalongan, 23 Juli 2026

Disahkan Oleh

Dekan




Dr. Tri Astutik Harvati, M.Ag
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ﺀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar’atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. *Syaddad (tasydid, geminasi)*

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbanā</i>
البر	ditulis	<i>al-barr</i>

5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidinah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

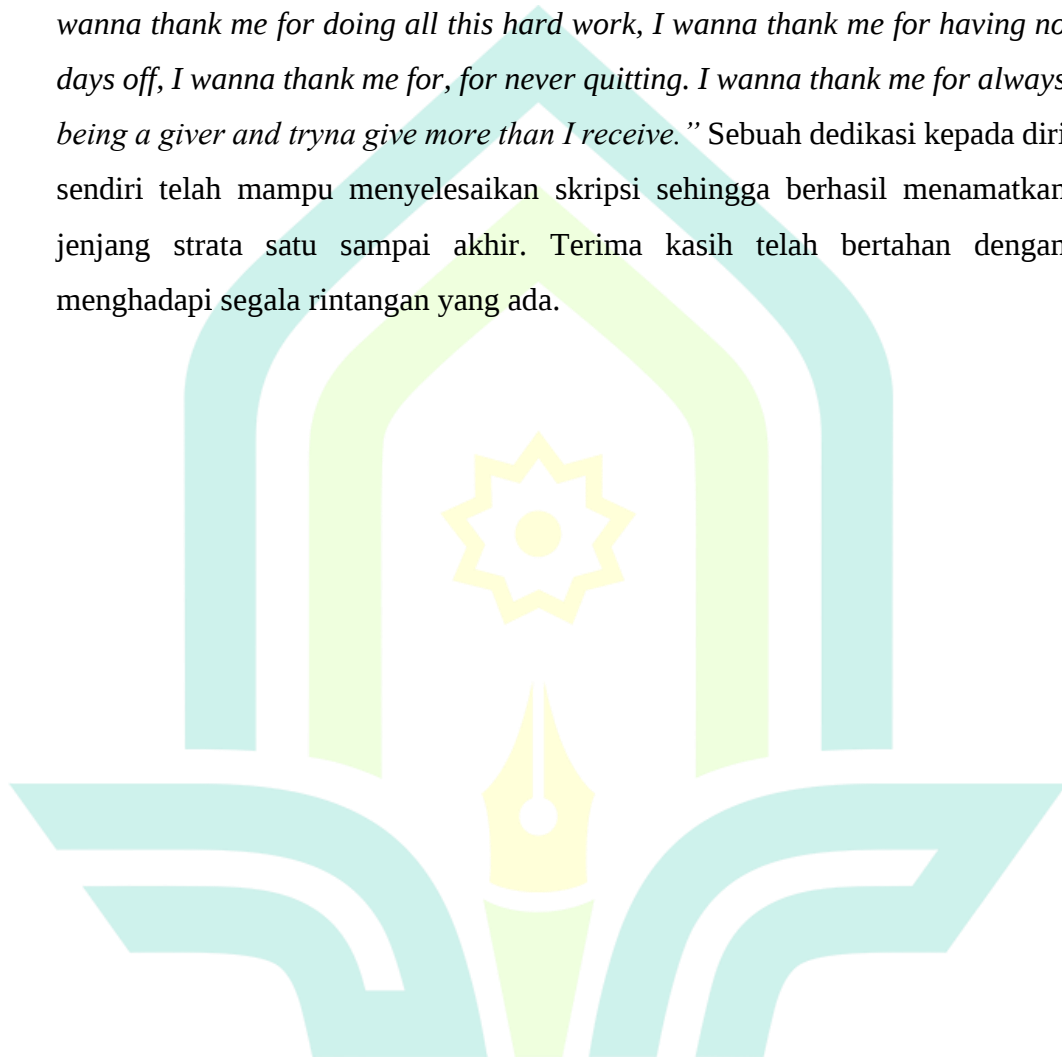
أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya yang tidak terhingga jumlahnya, sehingga penulis dapat mengakhiri penulisan skripsi ini dengan baik. Dengan rasa syukur dan kasih sayang yang penuh, saya persembahkan karya tulis skripsi ini kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala. Terima kasih telah memberikan segala nikmat dan ridho-Mu. Tanpa segala nikmat dan karunia yang Engkau berikan pada hambamu ini, skripsi ini belum tentu dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu saya, Khakimah, ibu yang luar biasa yang tak henti-hentinya menyemangati saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan selalu mendukung dan mendoakan setiap langkah yang saya jalani dalam hidup. Terima kasih telah menjadi orang tua dan motivator terbaik dalam hidup saya.
3. Kakek saya, Alm. Ikhwani, seorang kakek yang selalu memotivasi agar penelitian ini cepat selesai
4. Kepada Bapak Hanif Ardiansyah, M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu banyak penulis dalam menyelesaikan skripsi serta tak kenal putus asa untuk membimbing dengan kesabaran yang penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan segenap ilmunya yang bermanfaat dalam perkuliahan dan memotivasi dalam segala hal.
6. Kepada Bapak Fakih Udin, Lc., selaku pimpinan MBS Yogyakarta dan narasumber yang telah memberikan waktu dan informasinya di tengah padatnya jadwal kegiatan untuk data penelitian yang dibutuhkan dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Kepada Bapak Agus Yulianto, M.Pd., selaku PLH MBS Yogyakarta dan narasumber yang telah memberikan waktu dan informasinya di tengah padatnya jadwal kegiatan untuk data penelitian yang dibutuhkan dalam pengerjaan skripsi ini.

8. Seluruh staff PPM MBS Yogyakarta tahun 2026 yang membantu saya dalam mencari data dalam penelitian skripsi ini.
9. Seluruh pimpinan dan staff program studi KPI tahun 2026 yang membantu saya dalam mengurus administrasi perkuliahan. Semoga selalu diberi kesehatan dan keberkahan dalam setiap langkah.
10. *“Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive.”* Sebuah dedikasi kepada diri sendiri telah mampu menyelesaikan skripsi sehingga berhasil menamatkan jenjang strata satu sampai akhir. Terima kasih telah bertahan dengan menghadapi segala rintangan yang ada.



MOTTO

Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik
serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik.

Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-
Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk

-Q.S. An-Nahl: 125



ABSTRAK

Rafif, Faiq 2026. *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Pengembangan MBS Yogyakarta sebagai Sekolah Rujukan Pondok Muhammadiyah.* Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Hanif Ardiansyah, M.M.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Persuasif, MBS Yogyakarta, Pondok Muhammadiyah.

Pondok Pesantren Modern (PPM) MBS Yogyakarta memiliki posisi strategis sebagai pionir dan sekolah rujukan bagi pesantren Muhammadiyah di Indonesia. Keberhasilan institusi ini dalam menyeimbangkan tuntutan kurikulum pendidikan formal dan kepesantrenan tidak terlepas dari sistem pengelolaan komunikasi internal yang kokoh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan strategi komunikasi dasar serta implementasi strategi komunikasi persuasif yang digunakan pimpinan dalam pengembangan MBS Yogyakarta sebagai sekolah rujukan pondok Muhammadiyah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam bersama elemen pimpinan dan staf, observasi langsung, serta dokumentasi.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan dua temuan utama. Pertama, tahapan strategi komunikasi internal MBS Yogyakarta diimplementasikan melalui pengenalan khalayak secara organik via rapat tatap muka berintensitas tinggi yaitu dua kali sepekan) pemilihan media yang memisahkan resolusi masalah strategis melalui rapat dan darurat melalui Grup WhatsApp, perlindungan terhadap pesan fundamental organisasi, serta pemanfaatan kredibilitas pimpinan yang berbasis rekam jejak. Kedua, strategi komunikasi persuasif diimplementasikan melalui tiga pendekatan: Strategi Psikodinamika, yang meredam potensi burnout dan meruntuhkan sekat hierarki melalui pendekatan rekreasi dan olahraga di luar jam kerja. Strategi Sosiokultural, dengan mengonstruksi norma institusi melalui pemerataan kajian di semua lini dan penugasan dakwah eksternal untuk memunculkan tekanan sosial positif; serta Strategi *The Meaning Construction*, yang sukses menyatukan pemahaman seluruh sivitas akademika terkait pergeseran prioritas pondok pada pembentukan karakter (iman, akhlak, ilmu) guna meredam ego sektoral antara sistem sekolah dan asrama.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif dalam Pengembangan MBS Yogyakarta sebagai Sekolah Rujukan Pondok Muhammadiyah” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Mukoyimah, M.Sos., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dimas Prasetya, M.A., selaku Sekretaris Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Kholid Noviyanto, MA. Hum., selaku dosen akademik penulis.
6. Bapak Hanif Ardiansyah, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia memberikan arahan, bimbingan, waktu, motivasi dan kesabaran dalam proses mengarahkan skripsi ini hingga akhir.
7. Seluruh dosen pengajar dan staff prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah membantu dalam hal administrasi serta mempermudah dalam pengarahan penyelesaian skripsi.

8. Seluruh teman-teman prodi KPI maupun selain prodi KPI Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah membantu serta memberikan doa dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang turut membantu serta mendukung secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Besar harapan semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan mendapat respon positif bagi siapa saja yang telah membacanya.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan yang berlipat ganda bagi semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Akhirulkalam, selamat membaca penelitian ini dan semoga kita semua mampu meraih kesuksesan di dunia dan akhirat.

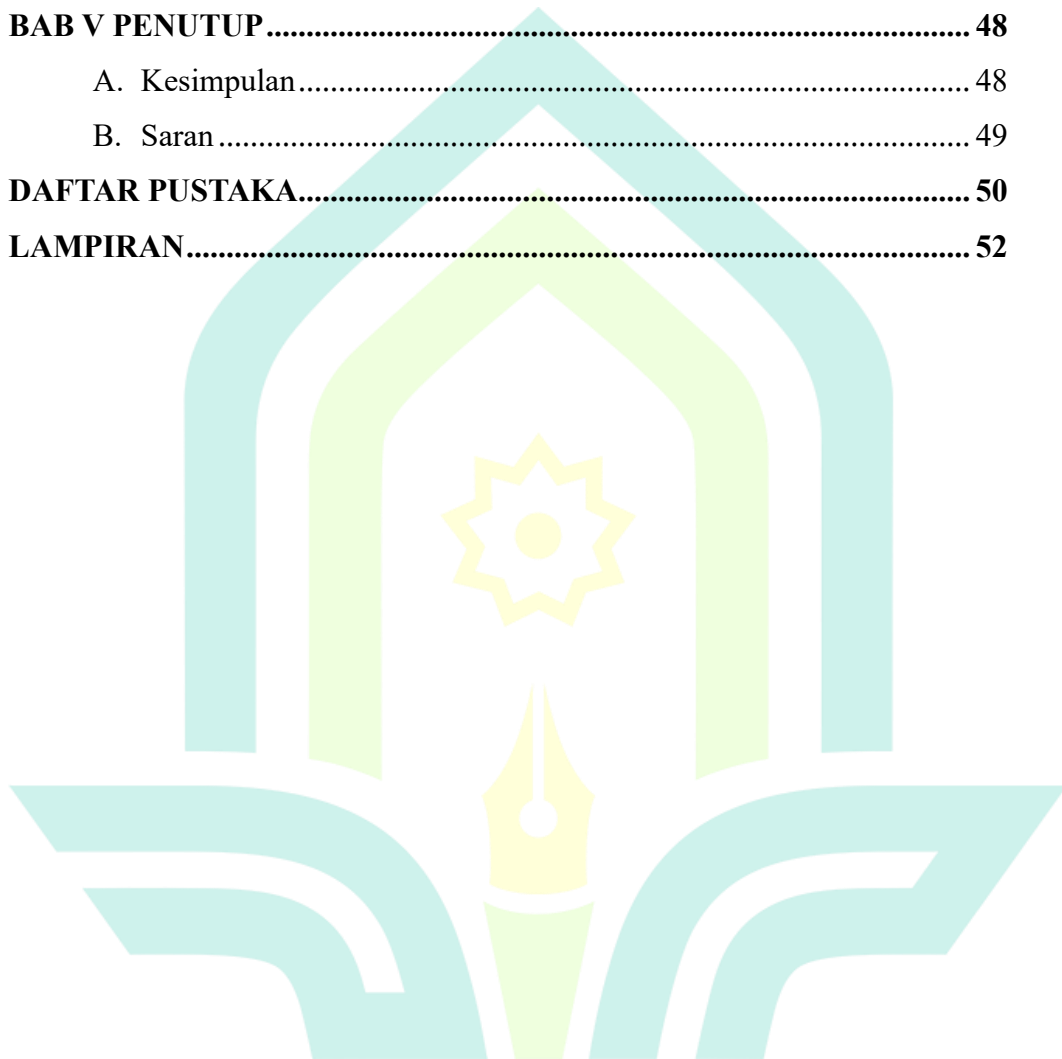
Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PENDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Metode Penelitian	13
G. Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Strategi Komunikasi	17
B. Komunikasi Persuasif.....	24
C. Pengembangan Organisasi.....	26
BAB III HASIL PENELITIAN.....	28
A. Gambaran Umum MBS Yogyakarta.....	28
B. Strategi Komunikasi dalam Pengembangan MBS Yogyakarta sebagai Sekolah Rujukan Pondok Muhammadiyah	33
C. Strategi Komunikasi Persuasif dalam Pengembangan MBS Yogyakarta sebagai Sekolah Rujukan Pondok Muhammadiyah	35

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN	41
A. Analisis Strategi Komunikasi dalam Pengembangan MBS Yogyakarta sebagai Sekolah Rujukan Pondok Muhammadiyah ..	41
B. Hambatan Strategi Komunikasi Persuasif dalam Pengembangan MBS Yogyakarta sebagai Sekolah Rujukan Pondok Muhammadiyah.....	44
BAB V PENUTUP	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	52



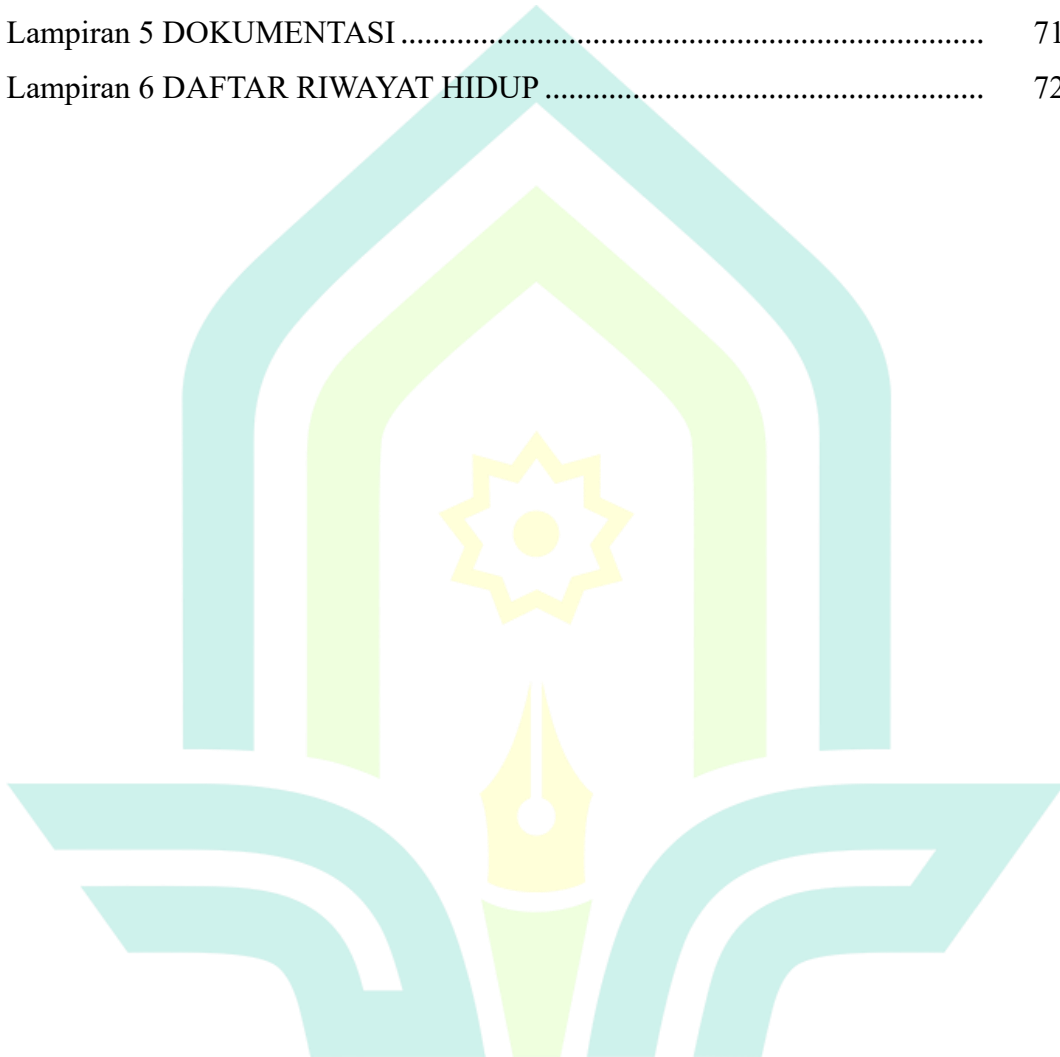
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	12
Gambar 6.1 Peneliti dan Ustaz Agus Yulianto	71
Gambar 6.2 Peneliti dan Ustaz Fakhri Udin	71
Gambar 6.3 Peneliti dan Ustaz Muhammad Abdi Fattah	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SURAT IZIN PENELITIAN	53
Lampiran 2 SURAT KETERANGAN PENELITIAN	54
Lampiran 3 CATATAN LAPANGAN DAN OBSERVASI.....	56
Lampiran 4 TRANSKRIP WAWANCARA	58
Lampiran 5 DOKUMENTASI	71
Lampiran 6 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	72



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan agama merupakan hal yang sangat penting dalam menanamkan dan menumbuhkembangkan sisi religiusitas dari seorang muslim. Pendidikan agama islam sebaiknya sudah dikenalkan sedari dini yang dimulai dari hal-hal kecil, untuk kemudian disempurnakan secara bertahap seiring bertumbuhnya usia. Seperti dalam istilah *al-ummu madrasatul ula* yang secara bahasa memiliki artian ibu adalah sekolah pertama bagi anak. Sosok ibu merupakan tempat pertama anak belajar, baik dari segi tingkah laku dan lain sebagainya.¹ Namun jika dilihat lebih luas lagi, selain sosok ibu, lingkungan rumah juga memiliki andil besar dalam pendidikan agama sedari kecil. Seperti cara ibadah, doa sebelum dan setelah berkegiatan sehari-hari, dan lainnya. Kendati demikian, dalam realita di masyarakat sering terdapat problematika jika dalam sebuah keluarga kurang berkompeten dalam memberikan pendidikan agama dari hal-hal kecil.

Pondok pesantren muncul sebagai dunia pendidikan islam yang kompeten dalam mendidik santrinya selama 24 jam dalam sehari. Pondok pesantren mengajarkan banyak ilmu agama dari yang kecil dan umum hingga sangat mendalam. Seperti tata cara ibadah, doa sehari-hari, tafsir qur'an, hadits, fiqh, tasawuf, faraidh dan berbagai ilmu keislaman lainnya. Selain sebagai lembaga pendidikan agama, kehadiran pondok pesantren memiliki andil besar dalam pembentukan karakter penerus bangsa.

Kiprah pondok pesanten dalam membangun jiwa nasionalisme cukup besar di masa penjajahan hingga pra-kemerdekaan. Douwes Dekker berpendapat bahwa jika bukan karena pengaruh dan didikan agama islam, maka spirit kemerdekaan bangsa Indonesia mustahil terwujud seperti yang

¹ Lilis Rohaeti, *Membentuk Keluarga Panutan: Peran Kuat Orang Tua dalam Melejitkan Kesuksesan Anak* (Jakarta: Deepublish, 2024), 32.

tercatat dalam sejarah, sehingga mencapai kemerdekaan."² Haji Samanhudi dan HOS Tjokroaminoto yang mendirikan Organisasi Sarekat Islam sebagai pionir partai politik di Hindia Belanda yang mengusung semangat Perjuangan menuju kemerdekaan Indonesia.³ Dapat disimpulkan bahwa spirit islam memiliki andil besar dalam masa perjuangan.

Era globalisasi menuntut manusia untuk berkembang. Mengikuti perkembangan atau akan tertinggal. Seiring dengan dinamika tersebut, muncul tantangan besar bagi pondok di Indonesia. Harus bisa menyeimbangkan anantara ilmu agama dan ilmu umum. Dalam konteks inilah, Muhammadiyah, yang memiliki spirit tajdid demi kemajuan umat, juga turut membuat pondok pesantren. Spirit Muhammadiyah dalam pendidikan ini berdasarkan pemikiran K.H. Ahmad Dahlan. Beliau menekankan pentingnya kembali kepada sumber murni islam, yaitu al-Qur'an dan as-Sunnah. Serta membuka kembali pintu ijtihad (penalaran rasional) untuk menjawab tantangan berkembangnya zaman.

Muhammadiyah tidak pernah lepas dengan pendidikan. Kiprah Muhammadiyah ini sudah dimulai sejak zaman kolonial Belanda di rahun 1920an. Mitsuo Nakamura menjelaskan bahwa pada dekade tersebut, tidak berlebihan kalau menyebut sekolah Muhammadiyah mampu membayangi dan menjadi alternatif bagi sekolah *Hollandsch-Inlandsche School* (HIS). Hal ini terbukti dengan banyaknya kaum priyayi yang menyekolahkan anaknya di sekolah Muhammadiyah.⁴

Muhammadiyah harus bisa menjawab tantangan era globalisasi ini. Mereka berharap dapat menghasilkan kader-kader Muhammadiyah yang tidak hanya memiliki pemahaman keilmuan agama, tetapi juga menguasai teknologi dan ilmu pengetahuan umum.⁵

² Zainul Milal Bizawie, *Masterpiece Islam Nusantara: Sanad dan Jejaring Ulama Santri, 11830-1945* (Jakarta: Pustaka Compass, 2016), 19.

³ Zainul, *Masterpiece Islam Nusantara: Sanad dan Jejaring Ulama Santri*, 19.

⁴ Mitsuo Nakamura, *The Crescent Arises over the Banyan Tree A Study of the Muhammadiyah Movement in a Central Javanese Town, C. 1910-2010* (Singapura: ISEAS Publishing, 2012), 94.

⁵ Haedar Nashir, *Muhammadiyah Abad Kedua: Refleksi Teologis, Ideologis, dan Organisasi* (Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2015), 12.

MBS Yogyakarta muncul sebagai jawaban akan kebutuhan akan model pendidikan yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Sesuai dengan spirit dan semangat konsep Ahmad Dahlan dalam pendidikan adalah menggabungkan antara pengetahuan islam dan pengetahuan umum dengan porsi yang seimbang, tidak berat sebelah.⁶ MBS mengusung tujuan “mencetak ulama intelektual dan intelektual ulama” menegaskan misi mereka yang didedikasikan untuk persyarikatan dan bangsa.

MBS Yogyakarta memiliki segudang prestasi, baik di tingkat kecamatan hingga nasional. Dalam bidang sains, tiga santri MBS Yogyakarta berhasil meraih medali emas di ajang Indonesia International Applied Science Project Olympiad (I2ASPO) 2024.⁷ Tapak Suci Putera Muhammadiyah, sebagai organisasi otonom (ortom) di bawah naungan Muhammadiyah⁸, turut memegang peranan sentral dalam sistem pendidikan MBS. Tapak Suci bukan sekadar pilihan ekstrakurikuler, melainkan sebuah wadah untuk menanamkan nilai-nilai keislaman, disiplin, keberanian, dan loyalitas kader. Partisipasi santri MBS dalam berbagai kejuaraan Tapak Suci menjadi acuan keberhasilan dari program pembinaan karakter ini. Tapak Suci Putera MBS Yogyakarta meraih gelar juara umum di ajang Kejurkab Sleman 2023 dengan torehan 9 emas 1 perak, dan 3 perunggu untuk jenjang SMA, dan 5 emas, 1 perak, dan 3 perunggu untuk jenjang SMP.⁹ Di tahun yang sama, MBS Yogyakarta juga berhasil menjadi juara umum II di ajang Piala Raja 2023. Torehan prestasi-prestasi diatas tentu tidak muncul atas sebuah kebetulan atau hasil acak dari bakat individu semata, melainkan juga hasil kolaborasi dengan kurikulum

⁶ Muktafan, *Menyusun Puzzle Pendidikan Karakter KH. Ahmad Dahlan dan KH. Hasyim Asy'ari : Implementasi Pendidikan Karakter* (Indramayu: Penerbit Adab, 2024), 100.

⁷ Elmoehammadiy, Santri PPM MBS Yogyakarta berjaya di Ajang Olympiade Internasional. <https://mbs.sch.id/2025/01/09/santri-ppm-mbs-yogyakarta-berjaya-di-ajang-olympiade-internasional/> diakses pada tanggal 30 Juni 2025, pukul 14: 34 WIB.

⁸ Paiman, *Buku Siswa Pendidikan Jasmani, Olahraga dan Kesehatan SMP/MTs Kelas 8* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019), 166.

⁹ Elmoehammadiy, Tapak Suci Putera PPM MBS Yogya Raih Juara Umum di Kejurkab Sleman 2023 <https://mbs.sch.id/2023/11/27/tapak-suci-putera-ppm-mbs-yogya-raih-juara-umum-di-kejurkab-sleman-2023/> diakses pada tanggal 30 Juni 2025, pukul 20:00 WIB.

pendidikan yang mencerminkan identitas, tujuan strategis dan visi misi MBS Yogyakarta sebagai lembaga pendidikan dan kaderisasi Muhammadiyah.

Membahas kualitas pendidikan MBS Yogyakarta, tentu tak lengkap jika tidak membahas persebaran alumninya. Para alumni banyak tembus ke universitas di Indonesia bahkan ke luar negeri. Menurut Thoriq, salah satu lulusan MBS Yogyakarta angkatan 2020, terdapat 28 mahasiswa lulusan MBS di Turki.¹⁰ Allef Salma Bella, teman seangkatan Thoriq, menjelaskan bahwa ada 5 mahasiswa lulusan MBS yang kuliah di Libya.¹¹ Hingga yang terbaru, Amelia Ash Shifa Dewi, resmi diterima di Universitas Groningen Belanda.¹²

MBS Yogyakarta memotivasi pondok pondok Muhammadiyah lain di berbagai daerah.¹³ Bahkan di masa sekarang, nama MBS menjadi patokan pondok Muhammadiyah di Indonesia. Secara tidak langsung MBS menjadi identitas yang menggambarkan pondok Muhammadiyah modern untuk saat ini. Tak terkecuali di Pekalongan, seperti MBS Wonopringgo dan IMBS Pekajangan.

Keberhasilan MBS Yogyakarta dalam meraih berbagai prestasi dan membangun citra positif di mata publik mengindikasikan adanya sebuah sistem pengelolaan internal yang baik, kuat kokoh dan terstruktur. Hal ini tidak terjadi secara kebetulan, tapi terlahir dari proses internal yang efektif. Fenomena tersebut mendorong peneliti untuk mengkaji lebih dalam: bagaimana komunikasi persuasif digunakan oleh pimpinan dan pengurus untuk memengaruhi para guru dan staf? Upaya persuasif ini krusial dalam menyamakan visi, memperkuat motivasi, serta membentuk budaya kerja unggul yang menjadi fondasi utama kesuksesan lembaga. Dengan demikian,

¹⁰ Thoriq Riwanda Fitrah, Mahasiswa Dumlupinar Üniversitesi Turki, Wawancara Pribadi melalui Instagram (*Chat*), Pekalongan, 30 Juni 2025.

¹¹ Allef Salma Bela Mufarraq, Mahasiswa College of Islamic Daawah Libya, Wawancara Pribadi melalui Instagram (*Chat*), Pekalongan, 1 Juli 2025.

¹² Elmoehammadiy, Amelia Ash Shifa Dewi, Santri MBS Tembus ke Universitas Groningen, Belanda <https://mbs.sch.id/2025/06/05/amelia-ash-shifa-dewi-santri-mbs-tembus-ke-universitas-groningen-belanda/>, diakses pada tanggal 30 Juni 2025, pukul 14:16 WIB.

¹³ Muhammad Roy Purwanto, *Moderasi Pondok-Pondok Pesantren di Indonesia* (Ponorogo: Penerbit Uwais Inspirasi Indonesia, 2024), 89.

penelitian ini menjadi relevan untuk menganalisis strategi komunikasi internal yang berperan sebagai motor penggerak pencapaian MBS Yogyakarta.

Menjadi sebuah kajian yang menarik, tentang kesuksesan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan para pendiri MBS Yogyakarta dalam membangun dan mengembangkan pondok mereka. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini dirumuskan ke dalam judul “Strategi Komunikasi Persuasif dalam Pengembangan MBS Yogyakarta sebagai Sekolah Rujukan Pondok Muhammadiyah”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi dalam pengembangan MBS Yogyakarta sebagai sekolah rujukan pondok Muhammadiyah?
2. Bagaimana komunikasi persuasif dalam pengembangan MBS Yogyakarta sebagai sekolah rujukan pondok Muhammadiyah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi dalam pengembangan MBS Yogyakarta sebagai sekolah rujukan pondok Muhammadiyah.
2. Untuk mengetahui komunikasi persuasif dalam pengembangan MBS Yogyakarta sebagai sekolah rujukan pondok Muhammadiyah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Ilmiah
 - a. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan akademik yang diharapkan berguna dalam proses pembangunan gaya berpikir ilmiah.
 - b. Bagi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah sebagai bacaan dan juga sumber akademis bagi masyarakat secara umum dan mahasiswa secara khusus.
 - c. Bagi intitusi Pendidikan, menjadi sumber rujukan akademis untuk studi perbandingan. Institusi lain dapat mempelajari fenomena MBS Yogyakarta dari perspektif teoritis sebagai bahan kajian ilmiah di lembaga mereka.

2. Manfaat Praktis

- a. Menambah pengalaman serta pengetahuan penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang sebelumnya diperoleh selama belajar di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- b. Bagi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Penelitian ini dapat menjadi aset sebagai studi kasus yang dapat digunakan dalam bahan ajar atau diskusi di kelas.
- c. Bagi intitusi Pendidikan, menjadi panduan cetak biru yang dapat ditiru, terutama dalam rangka mengembangkan sekolah atau pondok mereka.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teoritis

a. Strategi Komunikasi

Onong Uchjana Effendy mendefinisikan bahwa strategi komunikasi sebagai pedoman dalam merancang komunikasi dan mengelola keseluruhan upaya komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditargetkan. Dalam upaya menggapai tujuan tersebut, strategi komunikasi dituntut efektif agar mampu menjabarkan taktik fungsionalnya, yang berarti metodologi yang digunakan dapat bervariasi dan disesuaikan dengan suasana dan keadaan yang berlangsung di lapangan.¹⁴

Dapat disimpulkan bahwa tiap organisasi atau perusahaan harus mengetahui dan menerapkan strategi komunikasi secara efektif. Lebih lanjut, organisasi atau perusahaan perlu mengembangkan lalu menerapkan strategi komunikasi yang mereka buat. karena tanpa itu, bisa menghambat mereka dalam mencapai tujuan mendekati khalayak atau sasaran. Strategi komunikasi yang efektif diharapkan dapat melahirkan dampak dan hasil yang diinginkan. Sehingga hasil itu bisa digunakan sebagai bahan dasar evaluasi dalam perbaikan dan perancangan

¹⁴ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 5.

memperbaiki dan merancang rencana komunikasi yang lebih efisien di masa mendatang. Anwar Arifin membahas tahapan-tahapan penting dalam perancangan strategi komunikasi¹⁵, yaitu:

1.) Mengetahui Khalayak

Langkah pertama ini sangat krusial, karena strategi komunikasi tidak akan efektif jika komunikator tidak memiliki pemahaman yang mendalam mengenai sasaran komunikasi. Pemilihan khalayak yang berdasar pada pengetahuan dan pemahaman yang akurat merupakan langkah awal bagi komunikator dalam mencapai efektivitas komunikasi. Upaya menarik perhatian khalayak merupakan strategi utama dalam mempengaruhi audiens dalam penerimaan pesan.

2.) Menentukan Tujuan

Setelah mengetahui secara rinci tentang khalayak, langkah selanjutnya yaitu menetapkan tujuan komunikasi. Penetapan tujuan bisa berdampak pada banyak aspek komunikasi lainnya, seperti penyampaian informasi, penyelesaian masalah, dan menilai perilaku.

3.) Menyusun Pesan

Proses penyusunan ini memerlukan pemilihan kata-kata, kalimat, diksi simbol, dan elemen komunikasi lainnya yang harus bisa relevan menarik perhatian target audiens.

4.) Menetapkan Metode dan Pemilihan Media yang Digunakan

Setelah menyusun pesan di tahap sebelumnya, langkah berikutnya adalah menetapkan metode dan media yang akan digunakan. Dalam tahap ini harus mempertimbangkan bagaimana cara menyampaikan pesan yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan audiens yang telah diketahui pada tahapan-tahapan sebelumnya. Langkah ini sangat penting karena sejatinya pemilihan

¹⁵ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. (Bandung: ARMICO, 1984), 68.

media yang tepat juga memiliki andil besar dalam penyampaian pesan komunikasi. Sesuai dengan unsur komunikasi menurut Harold Laswell: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”¹⁶. Hal ini mengaskan bahwa media memiliki posisi unsur vital selain komunikator, pesan, audiens dan dampak.¹⁷

b. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah upaya terencana untuk memengaruhi cara pandang orang lain dengan cara menyampaikan informasi yang mampu membangkitkan emosi mereka. Supaya memperoleh tujuan ini, dibutuhkan penerapan strategi komunikasi persuasif yang terencana dan efektif. Dipaparkan dalam buku “Komunikasi Persuasif” karya Soleh Soemirat serta rekan-rekannya bahwa strategi komunikasi persuasif mengaitkan perencanaan serta pengelolaan komunikasi dengan tujuan mengubah perilaku, pendapat, ataupun sikap publik. Adapun menurut Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, mereka memaparkan pembagian strategi komunikasi persuasif yang dicetuskannya mempunyai tiga fokus utama, yaitu:

1) Strategi Psikodinamika

Berfokus kepada pesan persuasif dapat mengubah kebutuhan, motif, dan dorongan bawah sadar individu. Strategi psikodinamika ini membantu memahami bagaimana kepribadian individu yang dimiliki oleh manusia dapat menentukan perubahan sikap.¹⁸

2) Strategi Sosiokultural

Strategi ini berfokus pada bagaimana pesan persuasif dapat memengaruhi individu melalui norma, nilai, dan kepercayaan kelompok sosialnya. Strategi persuasi sosiokultural didasarkan pada

¹⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 136.

¹⁷ Syarif Maulana, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Yrama Widya, 2022), 25.

¹⁸ Soleh Soemirat, et al., *Komunikasi Persuasif* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), 8-28.

gagasan bahwa faktor-faktor di luar individu dapat mempengaruhi perilaku manusia.¹⁹

3) Strategi *The Meaning Construction*

Strategi ini berfokus pada bagaimana individu secara aktif menginterpretasikan dan membangun makna dari pesan persuasif yang disampaikan. Dengan memberikan pemahaman yang lebih dalam dan mudah diterima, strategi *The Meaning Construction* berupaya untuk dapat mempengaruhi khalayak.

c. Sekolah Rujukan

Menurut beberapa pandangan akademis, sekolah rujukan atau unggul adalah sekolah yang mampu menyelenggarakan program edukasi berkualitas tinggi kepada peserta didiknya, yang didukung oleh kurikulum yang dirancang secara efektif, pengajaran yang kompeten (seringkali dua bahasa), tenaga pengajar berpengalaman, serta sarana dan prasarana yang memadai.²⁰ sekolah rujukan atau unggul pada dasarnya belum memiliki definisi yang jelas.²¹ Istilah ini sejatinya lahir dari persepsi dan apresiasi masyarakat, bukan definisi resmi yang ditunjuk oleh akademisi atau pemerintah.

Kriteria sekolah rujukan atau unggul dapat dilihat dari pandangan orang tua siswa. Mereka berpendapat bahwa sekolah rujukan atau unggulan setidaknya harus mencakup fasilitas sarana prasarana pendidikan yang baik, tidak terjadi tawuran, tidak ada kasus narkoba, memiliki prestasi akademik dan non akademik baik di nasional hingga internasional, hingga koneksi persebaran alumni yang baik.²²

¹⁹ Ezi Henderi, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), 292.

²⁰ Erika Selphe Damayanti, Niswatin. "Kebijakan Sekolah Unggul dan Akselerasi: Tinjauan Teori Sosial dan Implementasinya". *SOSEARCH: Sosial Science Educational Research* 2, no. 1 (2023): 57

²¹ Bambang Suwardi Joko, et al., *Persepsi Masyarakat Terhadap Sekolah yang Dianggap Favorit*. (Jakarta: Pusat Penelitian Kebijakan, Badan Penelitian dan Pengembangan dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2020), 7.

²² Bambang, et al., *Persepsi Masyarakat Terhadap Sekolah yang Dianggap Favorit*, 20.

2. Penelitian yang Relevan

Peneliti melakukan peninjauan terhadap sejumlah kajian terdahulu yang memiliki ketekaitan dengan topik yang sedang dibahas. Penelitian yang relevan akan menjadi patokan dan bahan perbandingan. Berikut adalah temuan penelien yang telah dipublikasikan sebelumnya:

Pertama, penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menyekolahkan Anaknya di MTs Muhammadiyah 1 Taman” karya Alfun Niam pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana langkah langkah komunikasi persuasif yang dilakukan MTs Muhammadiyah 1 Taman agar meningkatkan minat masyarakat untuk menekolahkan putra putri mereka di MTs Muhammadiyah 1 Taman. Persamaan terletak pada tujuan memahami langkah langkah komunikasi persuasif dalam membangun suatu instansi sekolah. Perbedaan terletak pada objek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan minat orang tua yang dibuktikan dengan peningkatan jumlah santri tiap tahun .²³

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Maulidia Rofiqoh Hanis dengan judul “Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah melalui Program Kelas Bahasa di Madrasah Tsanawiyah Bustanul Ulum Panti Jember” pada tahun 2024. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana peran humas sebagai *communicator* dan ujung tombak dalam meningkatkan citra instansi sekolah. Persamaan terletak pada topik penelitian tentang mengembangkan dan meningkatkan sebuah instansi sekolah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas berperan sebagai *communicator* yang menghubungkan pihak internal dan eksternal, menyampaikan

²³ Alfun Niam, *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menyekolahkan Anaknya di MTs Muhammadiyah 1 Taman* (Skripsi: Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2022)

informasi secara informatif dan persuasif, serta sebagai good image marker melalui promosi dan kerjasama dengan pihak eksternal, termasuk alumni.²⁴

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Rahman Yazid Alfahri dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Divisi Humas Pondok Pesantren Husnul Khotimah dalam Membangun Citra Positif” pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Divisi Humas Pondok Pesantren Husnul Khotimah dalam membangun citra positif pondoknya. Persamaan terletak pada fokus penelitian tentang strategi komunikasi persuasif yang menggunakan teori Melvin L. DeFleur dan Sandra J-Ball Rokeach. Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian yang berfokus pada kegiatan Humas Pondok Pesantren Husnul Khotimah. Hasil penelitian menunjukkan adanya kegiatan pemeriksaan bagi yang masuk area pondok dan memberi asrama khusus bagi yang terpapar covid.²⁵

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Sayyida Amira Mufidah dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul Haramain NW Narmada dalam Mengembangkan Kemandirian Ekonomi Pesantren” pada tahun 2023. Tesis ini bertujuan mengetahui tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Pondok Pesantren Nurul Haramain NW Narmada dalam Mengembangkan Kemandirian Ekonomi Pesantren yang meliputi *advertising*, *direct marketing*, *publicity/public relation*. Persamaan terletak pada upaya strategi komunikasi pada pondok pesantren dalam mengembangkan instansinya, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian tentang kemandirian ekonomi pesantren.²⁶

²⁴ Maulidia Rofiqoh Hanis, *Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah melalui Program Kelas Bahasa di Madrasah Tsanawiyah Bustanul Ulum Panti Jember* (Skripsi: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024)

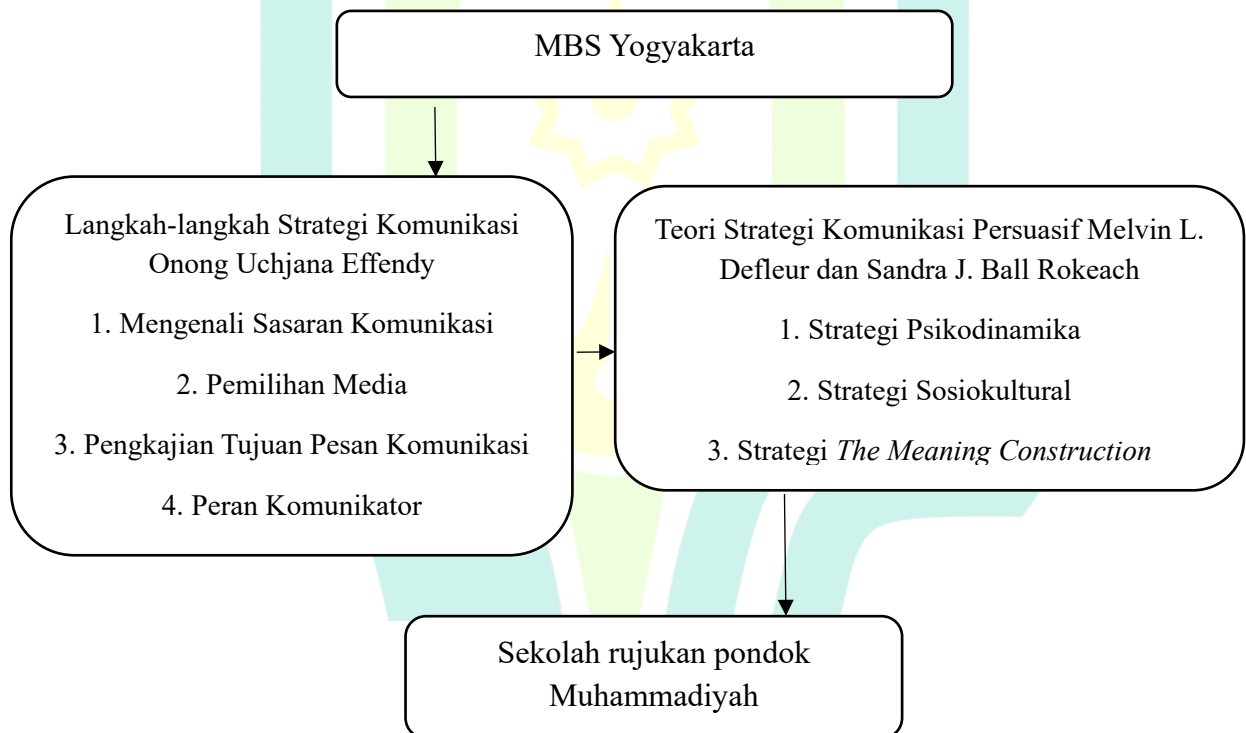
²⁵ Rahman Yazid Alfahri, *Strategi Komunikasi Persuasif Divisi Humas Pondok Pesantren Husnul Khotimah dalam Membangun Citra Positif* (Skripsi: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022)

²⁶ Sayyida Amira Mufidah, *Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul Haramain NW Narmada dalam Mengembangkan Kemandirian Ekonomi Pesantren* (Tesis: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram, 2023)

3. Kerangka Berpikir

Secara ringkas, kerangka berpikir adalah pedoman yang memiliki fungsi dalam menjelaskan alur pemikiran peneliti yang akan dilakukan dalam penelitian. Kerangka berpikir berperan penting dalam penelitian kualitatif sebagai landasan dan menjelaskan konteks, penggunaan teori dan metodologi dalam penelitian demi menjamin dan memastikan agar penelitian berjalan secara terfokus dan sistematis.

Peneliti mencoba mencari tahu strategi komunikasi yang digunakan MBS Yogyakarta dalam pengembangannya hingga menjadi sekolah rujukan pondok Muhammadiyah. Peneliti menggunakan teori langkah langkah komunikasi dari Onong Uchjana Effendy dan teori komunikasi persuasif persuasif dari Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball Rokeach sebagai pisau bedah dalam meneliti objek.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan diatas, dapat dipastikan bahwa penelitian ini menggunakan *field research*, yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan.²⁷ Jenis data yang dianalisis pada penelitian ini mengambil pendekatan kualitatif dengan fokus deskriptif. Penelitian kualitatif bermaksud memahami apa yang terjadi pada subjek penelitian, mengenai fenomena yang terjadi, motivasi atau perilakunya.²⁸ Sedangkan fokus deskriptif bertujuan untuk menjelaskan hasil penelitian dengan fakual, aktual dan sistematis sesuai dengan fakta yang ada pada suatu objek. Pendekatan dan jenis penelitian ini digunakan untuk memahami strategi komunikasi yang digunakan MBS Yogyakarta dalam membangun dan mengembangkannya hingga menjadi sekolah rujukan pondok Muhammadiyah.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data, berikut rincian penjelasannya:

a. Sumber data primer

Data primer dalam penelitian ini merujuk pada informasi yang dihimpun oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau lokasi.²⁹ Sumber data primer utama dalam studi ini adalah hasil wawancara mendalam yang akan dilakukan dengan Pimpinan MBS Yogyakarta. Wawancara ini akan mencakup banyak data yang dibutuhkan dalam penelitian kedepannya.

²⁷ M. Hasan Iqbal, *Pokok-Pokok metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 11.

²⁸ Kamaluddin Tajibu, *Metode Penelitian Komunikasi* (Makassar: Alauddin University Press, 2013), 28.

²⁹ Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2022), 147.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data dan informasi yang telah ada sebelumnya dan terhimpun oleh orang lain.³⁰ Selain melakukan wawancara langsung dengan narasumber yang relevan sebagai data primer, peneliti juga mengumpulkan informasi tambahan untuk penelitian ini dari sumber sekunder lainnya seperti buku, jurnal, website, majalah, skripsi, dan materi sosial media yang relevan dengan data yang dibutuhkan.

3. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa langkah pengumpulan data supaya mendapat informasi yang akurat. Langkah-langkah tersebut yaitu:

a. Observasi

Observasi memiliki arti sebagai aktifitas yang meliputi pengawasan, penelitian, peninjauan dan penyelidikan.³¹ Peneliti akan melakukan observasi dengan cara mengamati secara langsung lokasi MBS Yogyakarta. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat melihat gambaran yang tepat tentang MBS Yogyakarta.

b. Wawancara

Perbincangan yang melibatkan peneliti dengan narasumber dengan berbagai pertanyaan yang bertujuan memperoleh mengumpulkan data penelitian disebut wawancara. Wawancara ini dilakukan kedua belah pihak tentang waktu dan durasi yang telah disepakati bersama. Peneliti sebagai pewawancara diharuskan mempersiapkan daftar pertanyaan untuk memperoleh data dan terstruktur. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan Pimpinan MBS Yogyakarta. Wawancara ini bertujuan untuk menjangkau data kualitatif yang valid dan mendalam.³²

³⁰ Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*, 147.

³¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I dan II* (Yogyakarta: Andi Offset, 1989), 92.

³² Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2022), 289.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berperan penting sebagai pendukung data yang akurat. Dokumentasi dapat berupa video, foto, dan hasil audio wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan narasumber.

4. Teknik Analisis Data

Teknik penganalisan data adalah proses yang dilakukan secara rutin dan bertujuan untuk mengumpulkan menggolongkan informasi dari banyak sumber seperti observasi dan wawancara agar mendapatkan informasi yang lebih mudah dipahami. Tujuan dari teknik ini adalah memeriksa data yang telah terkumpul dan diatur dengan sistematis. Penelitian ini menggunakan metode analisis yang dibuat oleh Miles dan Huberman.³³ Kurniawan menjelaskan bahwa teknik analisis data memiliki beberapa tahapan. Tahapan tersebut mencakup penghimpunan data, penyederhanaan data, presentasi data, dan pengambilan kesimpulan. Semua proses diatas berlandaskan pada tipe yang dibuat oleh Miles dan Huberman.³⁴ Berikut tahapan beserta penjelasannya:

a. Pengumpulan data

Dalam langkah pertama ini, peneliti harus mengumpulkan informasi sebanyak banyaknya untuk data pada penelitiannya.

b. Reduksi data

Reduksi data merupakan tahapan dalam memilih dan memilih informasi yang relevan dan signifikan. Setelah melakukan rangkuman serta memfokuskan perhatian pada elemen penting dengan mencari pola dan tema yang muncul.

c. Penyajian data

Pengorganisasian informasi yang telah diperoleh Sehingga memungkinkan untuk mengambil simpulan dan mengambil tindakan dikenal sebagai presentasi data.

³³ Hardani, et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 149.

³⁴ Kurniawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 241.

d. Penarikan kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman, inti tahap final proses ini terletak pada dua kegiatan yang saling terkait: perumusan simpulan dan verifikasi.

G. Sistematika Pembahasan

Peneliti akan menelaah secara rinci yang sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan oleh fakultas, meliputi:

BAB I: Bab pertama membahas konteks latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan serta keuntungan dari penelitian, penelitian relevan yang terdahulu, dan struktur penulisan.

BAB II: Bagian kedua, membahas tentang dasar dasar teori yang akan digunakan dalam skripsi ini.

BAB III: Bab ini akan berupa penyajian data yang memuat hasil penelitian dengan pembahasan mengenai objek yang diteliti sebagai jawaban atas rumusan penelitian

BAB IV: Bagian ini mencakup analisis strategi komunikasi yang digunakan dan hambatan strategi komunikasi yang dihadapi MBS Yogyakarta dalam sebagai sekolah rujukan pondok Muhammadiyah.

BAB V: Bab kelima sekaligus bab terakhir berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai "Strategi Komunikasi Persuasif dalam Pengembangan MBS Yogyakarta sebagai Sekolah Rujukan Pondok Muhammadiyah", dapat ditarik dua kesimpulan utama yang menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Tahapan Strategi Komunikasi Internal MBS Yogyakarta

Dalam merancang komunikasi internalnya, pimpinan MBS Yogyakarta mengimplementasikan pengenalan khalayak dibangun lewat intensitas rapat tatap muka dua kali sepekan.

Dalam pemilihan media, rapat tatap muka menjadi saluran utama untuk membahas masalah, sedangkan media digital grup WhatsApp fungsinya hanya untuk kedaruratan guna mencegah miskomunikasi.

Pada tahapan evaluasi pesan, pimpinan menerapkan prinsip *tsawabit*, yakni mengunci visi, misi, dan moto pendiri sebagai nilai yang tidak bisa diubah, demi menjaga orisinalitas MBS.

Keberhasilan seluruh tahapan ini ditopang secara kuat oleh kredibilitas pimpinan yang memiliki sepak terjang pengalaman dari bawah hingga atas. Latar belakang ini membuat setiap instruksi memiliki kekuatan sehingga dipatuhi dengan rasa hormat, bukan atas dasar hierarki semata.

2. Strategi Komunikasi Persuasif dalam Pengembangan MBS Yogyakarta

Strategi Psikodinamika: Pimpinan berhasil meredam potensi *burnout* dan meruntuhkan sekat hierarki dan kesenjangan alumni dan non-alumni pada pembina melalui pendekatan rekreasi, olahraga, dan interaksi di luar jam kerja..

Strategi Sosiokultural: Pimpinan tidak sekadar menerbitkan aturan tertulis, melainkan menciptakan ekosistem sosial. Hal ini diwujudkan

melalui kewajiban kajian yang merata di semua divisi dari staf kantor hingga tenaga kebersihan.

Strategi *The Meaning Construction*: Pimpinan secara efektif menyatukan pemahaman seluruh lini terkait prioritas pada pembentukan karakter iman, akhlak, ilmu.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pimpinan dan staf pondok atau sekolah

Pimpinan dan staf yang ada di sekolah maupun pondok diharapkan mengembangkan strategi komunikasi yang efektif demi membangun internal yang kuat guna mencapai tujuannya

2. Peneliti selanjutnya

Penelitian lanjutan dapat memperluas subjek, konteks komunitas, atau pendekatan teoritis guna memperkaya pemahaman dan keanekaragaman tentang strategi komunikasi persuasif.

Dengan demikian, saran-saran tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan komunikasi komunikasi persuasif yang lebih relevan, terkhusus bagi proses pengembangan sebuah pondok atau sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: ARMICO, 1984.
- At tanwir. Sleman: At tanwir, No. 01, 2016.
- At tanwir. Sleman: At tanwir, No. 03, 2017.
- At tanwir. Sleman: At tanwir, No. 04, 2018.
- At tanwir. Sleman: At tanwir, No. 05, 2018.
- At tanwir. Sleman: At tanwir, No. 07, 2019.
- Bambang Suwardi Joko, et al., *Persepsi Masyarakat Terhadap Sekolah yang Dianggap Favorit*. Jakarta: Pusat Penelitian Kebijakan, Badan Penelitian dan Pengembangan dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2020.
- Cangara, Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pnegantar* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Edward Ariyanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi Sejarah, Hakikat, dan Proses*, Yogyakarta: Diva Press, 2020.
- Erika Selphie Damayanti, Niswatin. *Kebijakan Sekolah Unggul dan Akselerasi: Tinjauan Teori Sosial dan Implementasinya*. SOSEARCH: Sosial Science Educational Research, Volume 4 (1), 2023.
- Ezi Henderi, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.
- Haedar Nashir, *Muhammadiyah Abad Kedua: Refleksi Teologis, Ideologis, dan Organisasi*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2015.
- Hardani, et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- <https://mbs.sch.id/2023/11/27/tapak-suci-putera-ppm-mbs-yogya-raih-juara-umum-di-kejurkab-sleman-2023/>
- <https://mbs.sch.id/2025/01/09/santri-ppm-mbs-yogyakarta-berjaya-di-ajang-olympiade-internasional/>
- <https://mbs.sch.id/2025/06/05/amelia-ash-shifa-dewi-santri-mbs-tembus-ke-universitas-groningen-belanda>
- <https://mbs.sch.id/sejarah/#:~:text=Disinilah%20awal%20sejarah%20dimulai%2C%20tepat%20pada%20hari%20Ahad,membatu%20terbelinya%20sebidang%20tanah%20untuk%20pembangunan%20gedung%20MBS.>
- Kamaluddin Tajibu, *Metode Penelitian Komunikasi*. Makassar: Alauddin University Press, 2013.
- Kurniawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Lilis Rohaeti, *Membentuk Keluarga Panutan: Peran Kuat Orang Tua dalam Melejitkan Kesuksesan Anak*. Jakarta: Deepublish, 2024.

- M. Hasan Iqbal, *Pokok-Pokok metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Mandra Adrika Putra, et al., *Buku Ajar Pengembangan Organisasi*. Payakumbuh: Serasi Media Teknologi.
- Maulidia Rofiqoh Hanis, *Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah melalui Program Kelas Bahasa di Madrasah Tsanawiyah Bustanul Ulum Panti Jember*. Skripsi: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024.
- Miftah Thoha, *Manajemen kepegawaian sipil di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Mitsuo Nakamura, *The Crescent Arises over the Banyan Tree A Study of the Muhammadiyah Movement in a Central Javanese Town, C. 1910-2010*. Singapura: ISEAS Publishing, 2012.
- Muhammad Roy Purwanto, *Moderasi Pondok-Pondok Pesantren di Indonesia*. Ponorogo: Penerbit Uwais Inspirasi Indonesia, 2024.
- Muktafan, *Menyusun Puzzle Pendidikan Karakter KH. Ahmad Dahlan dan KH. Hasyim Asy'ari : Implementasi Pendidikan Karakter*. (Indramayu: Penerbit Adab, 2024.
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- Paiman, *Buku Siswa Pendidikan Jasmani, Olahraga dan Kesehatan SMP/MTs Kelas 8*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019.
- Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2022.
- Rahman Yazid Alfahri, *Strategi Komunikasi Persuasif Divisi Humas Pondok Pesantren Husnul Khotimah dalam Membangun Citra Positif*. Skripsi: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Sahadi, Neti Sunarti, Endah Puspitasari, "PENGEMBANGAN ORGANISASI" (Tinjauan Umum Pada Semua Organisasi)" Jurnal Moderat 8, no. 2. 2022.
- Sayyida Amira Mufidah, *Strategi Komunikasi Pemasaran Pondok Pesantren Nurul Haramain NW Narmada dalam Mengembangkan Kemandirian Ekonomi Pesantren*. Tesis: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram, 2023.
- Selda Renalda, *Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Madarijul Ulum Penanggungungan Kec. Gunung Alip Kab. Tanggamus dalam Meningkatkan Minat Belajar Santri*. Skripsi: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, 2020.
- Setiawan, Ebta. Arti kata strategi – *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. <https://kbbi.web.id/strategi>.
- Syarif Maulana, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Yrama Widya, 2022.
- Usfiyatul Marfu'ah, "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural" (*Islamic Communication Journal* 2, no. 2. 2017.
- Zainul Milal Bizawie, *Masterpiece Islam Nusantara: Sanad dan Jejaring Ulama Santri, 11830-1945*. Jakarta: Pustaka Compass, 2016.