

**PENGARUH KOMUNIKASI DAKWAH  
TERHADAP PENYERTAAN SOSIAL:**

**KAJIAN KES PADA PESERTA PENGAJIAN  
ANJURAN PERSYARIKATAN  
MUHAMMADIYAH DAN MAJLIS TAFSIR AL-  
QURAN DI WILAYAH SURAKARTA, PROVINSI  
JAWA TENGAH, INDONESIA**

*THE EFFECT OF DAKWAH COMMUNICATION  
TOWARDS SOCIAL PARTICIPATION:*

*A CASE STUDY ON PARTICIPANTS OF PENGAJIAN  
ORGANIZED BY PERSYARIKATAN  
MUHAMMADIYAH AND MAJLIS TAFSIR AL-QURAN  
AT SURAKARTA REGION, CENTRAL JAVA  
PROVINCE, INDONESIA*

Hasmah Zanuddin  
Budi Suprpto

**Abstrak**

Tujuan komunikasi dakwah ialah mentransformasikan nilai-nilai amar makruf (menebar kebaikan) dan nahi mungkar (menghalang kerusakan), sebagai ajaran asasi daripada agama Islam. Oleh itu kesan yang seharusnya ditimbulkan oleh aktiviti komunikasi dakwah ialah sebuah kesedaran yang boleh mendorong setiap orang untuk ambil peduli terhadap berbagai-bagai masalah sosial dalam hidup bermasyarakat. Tindakan ambil peduli inilah yang dimaksudkan dengan penyertaan sosial. Untuk mengenal pasti berapa besar pengaruh komunikasi dakwah dan penyertaan sosial, maka analisis dalam penyelidikan ini menggunakan kaedah Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil ujian MRA membuktikan bahawa ada kesan yang signifikan bagi pendedahan mesej dakwah terhadap perilaku penyertaan

sosial. Namun demikian kesan tersebut kurang kukuh atau tidak bersifat hubungan *bivariate* (pengaruh langsung antara satu pemboleh ubah bebas terhadap satu pemboleh ubah terikat). Kesan tersebut menjadi lebih kukuh setelah melibatkan tiga pemboleh ubah moderator, iaitu penerusan mesej dakwah secara interpersonal, peranan terhadap kelompok rujukan, dan penggunaan media massa.

**Kata kunci:** Komunikasi dakwah, penerusan mesej dakwah, peranan kelompok rujukan, dan penyertaan sosial.

### ***Abstract***

*“The purpose of the dakwah communication is to transform the amar makruf values (cast a virtue) and nahi mungkar (to prevent damage), as the fundamental teachings of Islam. Thus the impact of dakwah communication activities should be raised is an awareness that each person to take care of various social problems in social life. Concern that's kind of, what is social participation. To identify how large the influence of dakwah communication of social participation, the analysis in this research using the Moderated Regression Analysis (MRA). MRA test results prove, there is a significant effect of the dakwah message exposure on the social participation behavior. However, these effects are less severe or no bivariate relationship (direct influence of one independent variable on the one dependent variables). The effect is strengthened when involve three moderator variables, namely the continuation of the dakwah message in interpersonal ways, the role of reference groups, and the use of mass media.”*

**Keywords:** *Dakwah communication, continuation of dakwah messages, mass media usage, role of reference group, social participation.*

### **Pengenalan**

Sesungguhnya semua agama di muka bumi mengakui bahawa nilai perbuatan yang paling utama ialah melakukan kebaikan dan menghalang perbuatan kejahatan. Setiap agama mewajibkan setiap pemeluknya, untuk menyebarkan dan mengajarkan nilai-nilai perbuatan utama tersebut. Untuk mempraktikkan nilai-nilai yang dimaksudkan, ia boleh dikerjakan secara individu mahupun berkumpulan. Inilah

sesungguhnya yang menjadi nilai ajaran asasi daripada setiap agama besar di dunia.

Dalam agama Islam, konsep asas ajaran seperti itu disebut sebagai konsep amar makruf dan nahi mungkar, iaitu menyeru kepada kebajikan dan mencegah kepada kemungkar. Manakala aktiviti menyeru dan mengajarkan nilai-nilai amar makruf dan nahi mungkar disebut dengan komunikasi dakwah atau tabligh.

Dalam praktik sosial, makna amalan amar makruf nahi mungkar adalah suatu kesedaran sosial untuk ambil peduli (*partake*) terhadap masalah sosial yang berlaku dalam masyarakat. Oleh itu soalan penyelidikan ini adalah berapa besar pengaruh pendedahan mesej komunikasi dakwah terhadap penyertaan sosial?. Kaji selidik dilaksanakan di bekas Keresidenan Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, dengan sasaran peserta pengajian yang dianjurkan oleh Persyarikatan Muhammadiyah dan Majelis Tafsir Al-Quran (MTA).

## **Latar Belakang Penyelidikan**

Jika dakwah ialah bahagian daripada praktik komunikasi, maka nilai-nilai amar makruf dan nahi mungkar adalah konsep dasar dan tujuan penghantaran mesej dakwah. Ertinya penganjur komunikasi dakwah harus mengamalkan pengurusan yang cerdas dan kreatif dalam bentuk seruan dan contoh tindakan, dengan tujuan utama iaitu menyebarkan kebaikan dan melarang kebatilan (Mahmoud, 1995). Menguatkuasakan nilai-nilai amar makruf dan nahi mungkar dalam kehidupan masyarakat ialah hal yang paling asasi dalam ajaran agama Islam.

Al-Ghazali dalam bukunya *Ihya 'Ulumu al-Din* (dalam Rakhmat, 2006: 228) diterjemahkan seperti berikut:

Sesungguhnya Amr Ma'ruf Nahyi 'An Munkar adalah tonggak agama terbesar, yang paling penting dan menjadi dasar diutus para Nabi seluruhnya. Sekiranya kewajiban ini diabaikan, pengetahuan dan amalannya dilalaikan, kenabian akan sia-sia, agama akan hancur, kebingungan merata-rata, kesesatan menular, kebodohan menyebar, kerosakan dan kehancuran meluas. Binasalah orang yang beribadat, walau mereka

tidak merasakannya kecuali pada hari akhir, terjadilah apa yang kita takutkan.

Murtadha Muthahhari (dalam *Vahidi*, 2011) juga menyatakan bahawa jatuh banggunya suatu masyarakat, khasnya masyarakat Islam, ditentukan oleh pengamalan kewajiban amar makruf dan nahi mungkar atau sebaliknya. Menurut beliau apabila umat Islam melecehkan pelaksanaan amar makruf dan nahi mungkar ini, maka mereka akan mengalami kehancuran atau kejatuhan.

Daripada kewajiban berkenaan, ialah bersikap dan bertindak memberi perhatian sosial (*social concern*) dalam kehidupan bermasyarakat, iaitu suatu tindakan untuk ambil bahagian dalam menegakkan kebajikan dan kebenaran (amar makruf) dan mencegah kerosakan (nahi mungkar). Disebabkan betapa pentingnya perbuatan tersebut, maka dalam agama Islam ia menjadi salah satu tiang utama daripada perilaku beribadah pada Tuhan. Malah, hal ini dinyatakan dalam Surah Ali Imran (ayat 104 dan 110), bahawa manusia yang terbaik dan beriman adalah yang suka menyeru (berdakwah) kepada kebajikan, iaitu menyuruh kepada yang makruf dan mencegah daripada yang mungkar.

Dakwah Islam merupakan suatu proses transformasi nilai yang sangat mengesankan dan menjangkau aspek sosial, politik, ekonomi, budaya, dan sistem keyakinan masyarakat. Tujuan utama proses transformasi nilai ini adalah untuk membentuk sebuah cara pandang dunia (*worldview*) dalam minda setiap manusia, yang bermuara kepada kesedaran, sikap, dan perilaku yang berdasar kepada nilai-nilai ajaran Islam (Sulaiman, 2013; Salmadanis, 2012; Zuhdi, 2012).

Sebagai proses transformasi nilai-nilai ajaran Islam, maka aktiviti dakwah harus berupaya membangun cara pandang, kesedaran, dan sikap yang kemudiannya boleh mendorong suatu tindakan untuk mengajak kepada perbuatan makruf (kebaikan) dan menghalang kepada yang mungkar (keburukan). Salah satu perbuatan yang paling utama daripada amar makruf nahi mungkar adalah sikap dan perilaku peduli terhadap pelbagai masalah yang melanda masyarakat, termasuklah di sini peduli terhadap masalah-masalah yang ditimbulkan oleh ketempangan struktur sosial, ekonomi, mahupun politik seperti kemiskinan, ketidakadilan, perilaku sewenang-wenang dan sebagainya. Dalam keadaan berlaku ketempangan dalam masyarakat, aktiviti

komunikasi dakwah seharusnya mampu mewujudkan kesolehan sosial (*social piety*) dalam hidup bermasyarakat.

Menurut Yunahar Ilyas, pergerakan aktiviti dakwah Islam sebagai proses transformasi sosial telah dibuktikan oleh kaum Muslim generasi awal. Pada masa itu isi dan nilai-nilai mesej dakwah mempunyai liputan yang lengkap (*comprehensive*), penuh semangat hidup; menjunjung nilai-nilai keadilan, keseimbangan, dan kerakyatan; dan berpandangan jauh ke depan. Nilai-nilai itu terbukti mengandungi kekuatan yang luar biasa. Satu contoh ialah yang berlaku pada Bangsa Arab. Pada masa sebelum Islam, mereka hanyalah suku-suku nomadik yang tidak diambil kira oleh dunia; tetapi setelah berpegang pada nilai-nilai Islam mereka mampu ke luar daripada Semenanjung Arab, dan menakluk dua empayar yang berkuasa pada masa itu, iaitu Rom dan Parsi hingga boleh menguasai satu pertiga dunia. Malangnya, sekarang berlaku sebaliknya, tidak hanya pada Bangsa Arab, tetapi juga pada umat Islam di mana jua. Walaupun dari segi kuantiti<sup>1</sup>, kaum Muslim terus bertambah di pelbagai negara di dunia, tetapi dari segi kualiti sumber manusia dan penguasaan teknologi masih jauh tertinggal. Keadaan demikian boleh terjadi sebab umat Islam telah jauh daripada roh Islam yang sebenar (Ilyas, 2004).

Penganjuran untuk berbuat makruf dan menghalang yang mungkar, dalam terminologi sosiologi boleh disebut sebagai bentuk penyertaan sosial atau kesolehan sosial, manakala secara politik ia menghendaki adanya sikap dan perilaku penyertaan politik dalam berbagai masalah politik atau dalam proses politik. Amalan seperti itu tidak akan terjadi jika individu mahupun kumpulan masyarakat tidak memiliki jiwa yang berisi kesedaran terhadap permasalahan bersama.

Setakat ini, dakwah sering difahami secara sempit, iaitu hanya sekadar ritual agama yang rutin dalam bentuk ceramah atau komunikasi bersemuka yang konvensional, iaitu penyampaian mesej yang berjalan searah, kurang membangkitkan jiwa sosial, dan tanpa disertai sistem pengurusan yang tepat. Secara praktiknya, dakwah selalunya kurang boleh menyentuh keperluan masyarakat sasaran. Akhirnya kesan mesej dakwah hanya setakat kefahaman tetapi tidak dapat diamalkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari (Sobur, 2006).

---

<sup>1</sup> Seorang paderi Kristian bernama Mark A. Copeland (2002) mengakui, bahawa Islam adalah agama yang mempunyai pertumbuhan paling cepat di dunia: "*It is the world's fastest growing religion...*".

## **Kedaaan Geografi dan Sosial Surakarta**

Bandar Surakarta merupakan bandar kedua terbesar di wilayah Provinsi Jawa Tengah selepas Semarang, dan bandar dengan paling ramai penduduk di provinsi berkenaan. Sementara itu, antara bandar-bandar di Indonesia, Surakarta merupakan bandar peringkat ke 10 terbesar (tempo.co; Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2010). Bandar ini juga dikenali dengan nama lain iaitu Solo (dibaca: so<sup>lo</sup>).

Jika bandar Surakarta diambil sebagai titik tengahnya, maka ia terletak lebih kurang 60 km arah timur laut bandar Yogyakarta, dan 100 km arah tenggara daripada ibu bandar Provinsi Jawa tengah, Semarang. Dari segi pengangkutan perdagangan dan mobiliti masyarakat, khususnya di Pulau Jawa, bekas Keresidenan Surakarta memiliki kedudukan yang strategik, kerana terletak di tengah-tengah jalur jalan lintas Pulau Jawa di bahagian selatan, yang menghubungkan dua buah bandar terbesar di Indonesia, iaitu Jakarta di hujung barat dan Surabaya di hujung timur Pulau Jawa. Semua daerah dan bandar di wilayah ini, kecuali Kabupaten Wonogiri, dilalui oleh jalan lintas Pulau Jawa yang menjadi urat nadi terpenting ekonomi Indonesia.

Merujuk kepada laman <http://www.surakarta.go.id/>, wilayah bekas keresidenan Surakarta berkeluasan 5.677 km<sup>2</sup>, mencakupi sebuah bandar dan enam daerah yang disebut kabupaten, iaitu bandar Surakarta, kabupaten Sragen, Karanganyar, Sukoharjo, Wonogiri, Klaten, dan Kabupaten Boyolali. Dari tata ruang, bandar Surakarta berada di tengah-tengah dan dikelilingi oleh 6 wilayah kabupaten tersebut sebagai satelitnya. Dari segi geografi, 90% wilayah bekas keresidenan Surakarta berupa dataran rendah di ketinggian rata-rata 105 meter di bawah permukaan laut (mdpl). Wilayah ini juga dikelilingi oleh beberapa buah gunung, iaitu Gunung Merbabu dan Merapi yang memiliki ketinggian 3115 mdpl di bahagian barat manakala bahagian timur pergunungan ini meliputi wilayah kabupaten Boyolali. Di sebelah timur dihadkan gunung Lawu (tinggi 2806 mdpl), yang lereng bahagian baratnya merupakan wilayah kabupaten Karanganyar; manakala di selatan terbentang pergunungan Sewu yang terletak di wilayah kabupaten Wonogiri. Pada peta berikut wilayah bekas Keresidenan Surakarta diberi tanda kotak.



Bersama dengan Yogyakarta, Surakarta menjadi pusat budaya Jawa dengan slogan *Surakarta, the Spirit of Java*. Dua bekas kerajaan, iaitu kesunanan dan mangkunegaran menjadi sumber inspirasi dan spiritual masyarakat tempatan, bagi meyakini dan meneruskan nilai-nilai budaya Jawa. Setiap tahun terdapat upacara budaya yang sarat dengan nilai-nilai spiritual yang dianjurkan pihak keraton kesunanan dan mangkunegaran. Antaranya ialah upacara *sekaten* atau *muludan* yang dilaksanakan pada setiap bulan Maulid yang dipusatkan di tapak hadapan istana dan sekali gus di hadapan masjid agung Jamik; upacara *labuhan* yang dilaksanakan di pantai Laut Kidul (Samudera India); dan Suroan (siji suro) iaitu upacara yang dilakukan pada setiap 1 Muharam. Masyarakat yakin bahawa ketiga-tiga upacara itu mengandungi berkat daripada Tuhan. Mereka yakin bahawa sesiapa yang menyertai, apatah lagi mengambil sebahagian daripada makanan atau barangan yang diguna pakai untuk *sesajen* akan memperoleh kejayaan dalam hidup. Upacara-upacara berkenaan juga disertakan doa-doa yang berbau Islam. Ini bermakna dalam perarakan upacara tersebut ada percampuran antara kepercayaan tradisional dengan Islam. Bagi ilmuwan antropologi, pemahaman dan pengamalan kepercayaan ini disebut *syncretism*.

## **Aktiviti Dakwah Muhammadiyah dan MTA**

Jika dilihat dari asas dan tujuan, kedua-dua badan dakwah ini mempunyai persamaan dalam hala tuju gerakan mereka. Kedua-duanya bertujuan untuk memurnikan ajaran Islam, atau mengajak masyarakat untuk kembali kepada al-Quran dan al-Hadis. Itulah sebabnya secara akidah, aktiviti dakwah yang dianjurkan oleh MTA dan Muhammadiyah juga mempunyai matlamat utama yang sama, iaitu membanteras praktik atau amalan keagamaan yang dianggap oleh mereka sebagai TBC (tahyul, bidaah, dan khurafat) dan SIPILIS (sekularisme, pluralisme, dan liberalisme) dalam kalangan masyarakat (Hidayat, 2013). Kedua-duanya juga menitikberatkan jalur dakwah dalam bidang sosial dan budaya, serta bersikap non-partisan dalam politik. Namun demikian kedua-duanya tetap memberi perhatian pada dinamik politik yang sedia ada di samping sentiasa melakukan fungsi kawalan sosial terhadap dasar (*policy*) kerajaan dan perilaku politik penguasa (Azra, 2010 dan Syamsuddin, 1995).

Secara ideologi, agama Islam adalah agama yang bersikap kritikal, dekonstruktif dan rekonstruktif. Kritikal bererti Islam akan selalu melakukan kritik dan koreksi terhadap realiti kehidupan yang mengandungi ketidakadilan, melanggar maruah dan kemuliaan manusia manakala dekonstruktif bermakna apabila kerosakan telah berlaku merata-rata dan mengancam hakikat kehidupan, maka Islam menghendaki harus ada perubahan nilai masyarakat yang sedia ada (bilamana perlu merobohkan). Tahap berikutnya Islam menyediakan konsep-konsep dan nilai-nilai dasar bagi merekonstruksi tatanan hidup masyarakat berkenaan. Pada garis inilah Muhammadiyah menawarkan konsep dan cita-cita yang disebutnya sebagai menuju masyarakat utama (PP Muhammadiyah, 2010). MTA pula mengajak masyarakat menuju kepada kehidupan yang hanya berpegang pada tuntunan al-Quran dan Sunah (Biro Hubungan Masyarakat MTA, 2009). Konsep dan nilai-nilai Islam tidak memisahkan kehidupan dalam bidang-bidang, tetapi merangkumi semua bidang sama ada sosial, budaya, politik mahupun ekonomi.

Dari sisi politik, organisasi keagamaan ini ditubuhkan berdasarkan jiwa kepedulian daripada pengasasnya terhadap realiti sosial dan politik yang berlaku yang sangat membimbangkan pada



masa itu. Muhammadiyah pada awal penubuhannya pada tahun 1912<sup>2</sup>, berhadapan dengan realiti sosial dan politik penjajahan Belanda yang menyengsarakan masyarakat peribumi, (<http://www.muhammadiyah.or.id/id/1-content-179-det-sejarah-berdiri.html>), manakala MTA yang ditubuhkan pada tahun 1972, menghadapi pemerintahan diktator rejim Orde Baru<sup>3</sup> yang mengetepikan peranan umat Islam dalam pelbagai bidang (Biro Hubungan Masyarakat MTA, 2009)<sup>4</sup>. Kedua-dua pengasas organisasi tersebut berpendapat bahawa salah satu cara terbaik bagi pemeraksanaan umat adalah melalui penubuhan pertubuhan dakwah. Melalui individu dan masyarakat yang berdaya, maka penyertaan sosial, budaya, ekonomi, dan politik daripada orang ramai akan berkembang, dalam usaha mencari jalan keluar daripada keadaan yang tidak menyenangkan.

Walaupun mempunyai matlamat yang sama, terdapat perbezaan yang ketara antara kedua-dua pertubuhan ini dalam aktiviti dakwah yang dianjurkan mereka sejak kebelakangan ini sama ada dari segi perilaku organisasi, kaedah, mahupun kepengurusan komunikasi dakwah. Perbezaan tersebut dijangkakan akan menghasilkan suatu kesan yang berbeza terhadap mesej yang diterima oleh peserta masing-masing, khasnya keberkesanan terhadap peringkat penyertaan sosial. Inilah yang cuba diselidiki dalam kajian ini, iaitu keberkesanan mesej dakwah yang disampaikan kedua perbadanan dakwah tersebut terhadap sikap dan perilaku peduli sosial.

Muhammadiyah jauh lebih besar, lebih lama, dan memperoleh kesan yang lebih besar dalam bidang sosial, budaya, dan politik sama

---

<sup>2</sup> Muhammadiyah ditubuhkan oleh K.Hj. Ahmad Dahlan di Yogyakarta pada tahun 1912. Pada masa itu penjajah Belanda tidak memberi kebenaran kepada Muhammadiyah memiliki cawangan di luar Yogyakarta. Secara *de facto* aktiviti dakwah Muhammadiyah sudah hadir di Surakarta sejak 1917, melalui kelompok kursus agama SATV (Sidik Amanah Tabligh Vatonah). Hanya pada tahun 1920 pemerintahan Belanda membenarkan Muhammadiyah bergerak ke luar Yogyakarta, dan dua tahun kemudian, iaitu 25 Januari 1922, SATV ditukar namanya menjadi Muhammdiyah Cawangan Surakarta (Amir, 2011).

<sup>3</sup> Rejim Orde Baru adalah sistem kerajaan Republik Indonesia yang dibentuk dan dipimpin oleh Presiden Jeneral Soeharto, sejak tahun 1966 (pasca pemberontakan Parti Komunis Indonesia, 1965) sehingga 1998. Disebut Orde Baru, kerana ia menggantikan pemerintahan terdahulu di bawah presiden Soekarno, di mana oleh Soeharto dinyatakan sebagai sistem pemerintahan Orde Lama.

<sup>4</sup> MTA ditubuhkan pada 19 September 1972 oleh K.Hj. Abdullah Tufail Saputra atas dasar kerisauan beliau terhadap keadaan umat Islam yang terpinggir dari segi sosial, ekonomi dan politik oleh penguasa Orde Baru. Sedangkan umat Islam mempunyai sumbangan yang sangat besar dalam mendirikan rejim Orde Baru (Biro Hubungan Masyarakat MTA, 2009).

ada di peringkat tempatan mahupun kebangsaan dibandingkan MTA, yang boleh dianggap organisasi baru yang ditubuhkan pada tahun 1972. Walaupun beberapa penyelidik menyebut MTA sebagai organisasi keagamaan yang masih berskala tempatan, perkembangannya dilihat cukup pesat. Pertubuhan ini paling diberi perhatian di wilayah bekas Keresidenan Surakarta pada masa sekarang. MTA telah mempunyai beberapa perwakilan di berbagai-bagai bandar di Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, dan di beberapa bandar di Pulau Kalimantan, Pulau Sumatera, dan Bali. Sehingga tahun 2013, MTA mempunyai 430 cawangan (*Antara*, 15 September 2013).

Selain itu, perkembangan aktiviti dakwah MTA juga boleh dilihat pada amalan ibadah korban yang dilaksanakan setiap tahun. Dalam tempoh lima tahun ini, purata nilai haiwan korban yang dilaksanakan di ibu pejabat MTA di bandar Surakarta setiap tahun bernilai lebih daripada 2.5 bilion rupiah. Malah, majlis pengajian atau tabligh yang dikenali sebagai jihad (Pengajian Ahad) pagi yang diadakan setiap pagi Ahad disertai oleh tidak kurang daripada 3000-4000 orang. Sehingga kini belum ada aktiviti tabligh yang mampu menarik peserta sebesar itu secara berterusan setiap minggu kecuali MTA, iaitu melalui Pengajian Ahad Pagi (Zuhri, 2013: 233-234).

Perbezaan juga boleh dilihat dalam hal pengamalan keagamaan sehari-hari. Dalam jemaah Muhammadiyah, ada yang cenderung bertolak ansur dengan amalan keagamaan yang dipengaruhi oleh fahaman dan kepercayaan tradisional yang dahulunya “ditentang” oleh ahli Muhammadiyah terdahulu (Mulkhan, 2010: 112). Namun, keadaan sebaliknya berlaku di MTA, kerana ahli dan peserta jemaah MTA sentiasa berusaha keras untuk mengamalkan sikap dan perilaku keagamaan secara lebih tegas dan cenderung 'keras' dengan berpegang pada amalan yang berasaskan al-Quran dan Hadis. Mereka lebih fundamentalis berbanding Muhammadiyah pada masa sekarang. Warga MTA tidak boleh bertolak ansur dengan amalan keagamaan atau perilaku kehidupan seharian yang menurutnya tidak diasaskan pada al-Quran dan hadis. Oleh itu, ini menyebabkan sering berlakunya pertentangan antara MTA dan kumpulan atau warga masyarakat yang masih berpegang kuat kepada nilai-nilai kepercayaan dan tradisi tempatan (Jinan, 2013: 210; Sunarwoto, 2012)

Dari segi perilaku organisasi, keamatan hubungan (*inter relationship*) antara warga (ahli), pengerusi dengan ahli, pengerusi dengan pengerusi di Persyarikatan Muhammadiyah juga lebih longgar

dibandingkan dengan struktur hubungan yang dikuatkuasakan di MTA. Dalam hal hubungan antara pengurus pusat dan struktur di bawahnya, Muhammadiyah lebih bersifat autonom. Struktur organisasi MTA lebih ramping dan hubungan antara pengurus pusat dan struktur di bawahnya, cenderung berpusat (*centralized*) serta lebih mengutamakan hubungan bersemuka dalam menjalin komunikasi organisasi.

Amal usaha yang ditubuhkan juga mengandungi perbezaan. Muhammadiyah sebagai organisasi gerakan dakwah yang sudah lama tertubuh dan berkembang, telah mempunyai beratus pertubuhan amal usaha, iaitu institusi pendidikan, perkhidmatan kesihatan, dan rumah anak yatim. Manakala sehingga kini MTA hanya mempunyai empat jenis amal usaha, iaitu dua buah perbadanan pendidikan tahap menengah, poliklinik, percetakan, dan kilang air minuman (bungkusan). Menurut Siswanto, salah seorang tokoh senior dan pengerusi pengurus MTA cawangan bandar Surakarta, mereka masih mengelakkan penubuhan amal usaha, kerana bimbang fokus bagi aktiviti tabligh yang menjadi tumpuan utama dakwah MTA akan berkurangan (temu bual, 7 Oktober 2010, di rumah beliau).

Pasca rejim Orde Baru iaitu mulai akhir tahun 1998, Surakarta tidak hanya terkenal sebagai pusat budaya Jawa, tetapi juga dikenali sebagai pusat Islam radikal. Secara ideologi, perkembangan radikalisme Islam di Surakarta dipengaruhi oleh dua faktor. Pertama ideologi Islam model Abu Bakar Ba'asyir yang berkembang melalui organisasi yang didirikannya, iaitu Jama'ah Islamiyah atau JI pada tahun 1993, Majlis Mujahidin Indonesia (MMI) pada tahun 1999, atau Jama'ah Darul Tauhid (JAT) pada tahun 2008. Kedua, ia disuburkan oleh banyak penubuhan lasykar jihad seperti Front Pemuda Islam Surakarta (FPIS), Lasykar Jundullah, Lasykar Umat Islam Surakarta (LUIS), Hawariyyun, dan Tim Hisbah (Wildan, 2012).

Pada dakwah Muhammadiyah dan MTA berorientasi kepada bidang sosial dan budaya, manakala kelompok Islam radikal tersebut aktiviti dakwah yang dilakukan lebih fokus kepada gerakan politik dan cenderung mengambil cara kekerasan. Bahkan mereka tidak takut menyatakan perang kepada pihak kerajaan, jika ada polisi awam yang bertentangan dengan keyakinan asas mereka.

Menurut Wildan (2012), Surakarta berbeza dengan daerah lain di Jawa kerana di wilayah ini NU atau Muhammadiyah tidak menjadi

fahaman dan pertubuhan Islam arus perdana<sup>5</sup>. Sebaliknya di wilayah ini, organisasi tempatan seperti MTA, Islam Jemaah, atau al-Islam yang lebih berpengaruh. Bahkan sejarah mencatat bahawa di Surakarta juga muncul Islam sosialis yang dipelopori oleh Haji Misbach (1912-1926).

## **Komunikasi Dakwah, Kesedaran dan Penyertaan Sosial**

Kesedaran dan penyertaan sosial merupakan suatu keadaan apabila seseorang menyedari, memahami, dan merasa adanya suatu realiti dalam masyarakat, yang secara moral dan norma yang sedia ada, berlaku suatu masalah. Ini termasuklah kesukaran memperoleh sumber daya awam, penderitaan, ketidakadilan, keterpinggiran (*marginalizing*), dan lain-lain. Oleh itu, ia menyedari dan merasa bertanggungjawab dan perlu bertindak untuk mencari jalan keluar daripada masalah tersebut (Fair, 1954: 274-275), sama ada secara individu mahupun bersama orang lain.

Pengertian di atas selari dengan pendapat Greene dan Kamimura (2003) yang menyatakan, bahawa kesedaran sosial adalah salah satu elemen kunci bagi kewujudan tindakan sosial. Dalam penyelidikan yang mengungkap hubungan antara interaksi kawan sebaya yang berbeza latar belakang dengan peningkatan kesedaran sosial pada diri pelajar, mereka mendefinisikan kesedaran sosial sebagai daya pendorong dalam diri seseorang untuk berani: a) bersikap tegas bagi melawan ketidakadilan sosial; b) menumbuhkan kesedaran masyarakat terhadap alam sekitar; c) menggalakkan toleransi dan saling menghormati adanya perbezaan kaum; d) hanya menggunakan barangan yang dihasilkan oleh kilang-kilang yang memegang kuat etika.

Dalam laporan penyelidikan yang mereka buat, Greene dan Kamimura menganggap kesedaran sosial adalah hal yang paling sesuai ditanamkan dan dikembangkan di kalangan pelajar (Ibid, 2003). Definisi tersebut semakin memperteguh bahawa kesedaran sosial adalah pendorong utama bagi sesuatu tindakan penyertaan sosial. Seseorang yang mempunyai kesedaran sosial ialah mereka yang mampu keluar dari tempurung ego diri, dan masuk kepada peribadi yang berperwatakan atau berjiwa mementingkan orang lain (*selfless*).

---

<sup>5</sup> Malah di Surakarta NU kurang berkembang dengan baik dibandingkan dengan pertubuhan dakwah tempatan, walaupun ia ada juga cawangan di sini (Hisyam, 2012).

Dan kerana itu, jiwa mereka menjadi tenang dan merasa berguna apabila boleh membantu sesama atau masyarakat keluar daripada jerat masalah. Sebaliknya, adalah hal yang tidak munasabah, jika seseorang yang mempunyai sifat mementingkan dirinya sendiri (*selfness*) akan bertindak peduli kepada permasalahan sesama.

Sesungguhnya agama (*religion*) sejak awal lagi telah memperkaya sejarah kajian interaksi sosial antara manusia, terutamanya kajian retorik yang diiktiraf permulaan lahirnya ilmu komunikasi. Lebih-lebih lagi sejak 30-an tahun terakhir ini Kumpulan Ahli Komunikasi Keagamaan (Religious Communication Association) secara berterusan menggalakkan aktiviti kaji selidik tentang perkara berkaitan keagamaan yang berhubung kait dengan masalah komunikasi manusia. Hal itu semakin memperjelas bahawa kehadiran perspektif dan keyakinan keagamaan mempunyai impak terhadap aktiviti dan perilaku komunikasi antara manusia (Schultze, 2005; Lessl, 1993).

Banyak pakar mengakui bahawa komuniti agama boleh mempengaruhi ahli mereka untuk terlibat dalam aktiviti politik (Verba, Scholzman, dan Brady, 1995: 50) dan menyokong pembangunan modal sosial (Putnam, 2000: 151). Pada awalnya, Verba dan kawan-kawan (1995) mendapati bahawa agama lebih berkesan di kalangan ahli kumpulannya bagi memperkenalkan komponen-komponen penting dalam aktiviti sosial dan politik, termasuk memberi motivasi, merekrut, dan memberikan latihan. Namun, Putnam (2000) mendedahkan bahawa institusi agama boleh menjadi titik pertemuan jaringan sosial warga masyarakat di samping mengajarkan anggotanya makna kepentingan bersama, bahkan mempertemukan mereka dengan orang-orang yang mempunyai autoriti.

Secara konseptual, mesej agama yang berkesan boleh melahirkan rasa kebersamaan sebagai suatu kelompok sosial antara individu yang menjadi sasarannya. Hal itu terjadi kerana masing-masing melekatkan diri pada kumpulan sosial yang sama dan merasa sebagai sebahagian daripadanya. Pada tahap seterusnya kumpulan ini akan menjadi rujukan (*reference group*) kepada sikap dan perilaku sosial para ahlinya, sama ada secara bersendirian mahupun kolektif (Roberts, et. al , 2001).

Penyertaan sosial yang diamalkan seseorang, sesungguhnya didorong oleh kesedaran sosial individu berkenaan terhadap persoalan sosial atau politik yang berkemungkinan merosakkan nilai-nilai

kemasyarakatan dan kepentingan awam. Merujuk pada pengertian kesedaran sosial yang dibincangkan sebelum ini, maka secara operasional penyertaan sosial ialah suatu tindakan untuk menyertai (*participate*) atau mengambil bahagian (*partake*) dalam aktiviti menyelesaikan masalah sosial seperti gangguan ketertiban dan ketenteraman masyarakat, kemiskinan, kebodohan, ketempangan sosial, dan ketidakadilan. Oleh itu penyertaan sosial boleh dilakukan dengan turut serta dalam mengawal ketenteraman atau ketertiban masyarakat sekitar dan aktif mendermakan harta benda, tenaga, dan fikiran selaras kemampuan, bagi mencegah dan membasmi kemiskinan, kebodohan, kehidupan sosial yang tempang, dan masalah sejenis.

### **Populasi, Sampel dan Metode Analisis**

Tujuan daripada penyelidikan ini adalah ingin mengukur berapa besar pengaruh pendedahan mesej komunikasi dakwah terhadap perilaku penyertaan sosial. Untuk mengenal pasti tentang hubungan tersebut, pada pengukuran ini juga dilibatkan faktor-faktor lain sebagai pemboleh ubah moderator, iaitu tindakan meneruskan mesej dakwah secara interpersonal, sikap bergantung kepada kelom rujukan, dan kekerapan menggunakan media massa.

Metode yang diguna pakai ialah *survey* dengan sasaran penyelidikan peserta aktiviti dakwah (pengajian) yang dianjurkan oleh Muhammadiyah dan MTA, di wilayah bekas Keresidenan Surakarta yang meliputi Bandar Surakarta, Kabupaten Sragen, Kabupaten Sukoharjo, dan Kabupaten Karanganyar. Bekas Keresidenan Surakarta memiliki tujuh daerah (*district*), di mana Bandar Surakarta merupakan titik pusat. Tiga kabupaten yang menjadi lokasi kaji selidik ini secara geografi wilayahnya berhampiran langsung dengan wilayah Bandar Surakarta. Oleh itu secara sosial, budaya dan ekonomi ketiga-tiga sangat dipengaruhi oleh keadaan di Bandar Surakarta.

Populasi penyelidikan ada 1731 orang. Mereka yang berasal daripada peserta pengajian anjuran Muhammadiyah ada 1085 orang dan MTA 646 orang. Manakala besarnya sample ialah 414 orang yang terbahagi kepada 260 orang daripada Muhammadiyah dan 154 orang daripada MTA. Jumlah unit sampel ditetapkan dengan kaedah *stratified proportional random sampling*.

## Pembahasan

Soalan utama penyelidikan ini ada dua<sup>6</sup>, iaitu:

1. Berapa besar pengaruh pendedahan mesej dakwah terhadap tindakan peduli sosial;
2. Adakah peranan pemboleh ubah moderator iaitu aktiviti meneruskan mesej dakwah secara interpersonal, sikap bergantung pada kumpulan rujukan, dan kekerapan menggunakan media massa dalam hubungan pengaruh sebagaimana dinyatakan pada soal selidik nombor (1).

Huraian berikut adalah pembahasan tentang hasil ujian statistik dengan menggunakan kaedah regresi, untuk memperoleh jawapan atas soal selidik tersebut.

Melalui ujian regresi sederhana didapati, bahawa ada pengaruh yang ketara antara kekerapan menerima pendedahan mesej dakwah terhadap perilaku peduli sosial. Hasil ujian yang dimaksudkan dinyatakan pada jadual 1:

**Jadual 1**  
**Pengaruh langsung X1 terhadap Y**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	4.321	1	4.321	19.080	.000 <sup>b</sup>
	Residual	93.313	412	.226		
	Total	97.634	413			

a. *Dependent Variable:* Peduli Sosial (Y)

b. *Predictors:* (*Constant*). Dedahan Dakwah (X1)

Jadual 1 menunjukkan bahawa F hitung = 19.08, F jadual pada df 1 = 3.86 dan nilai signifikan = 0.0. Jika F hitung lebih besar dibandingkan F jadual ( $19.080 > 3.86$ ), dan nilai signifikan lebih kecil

<sup>6</sup> Penyelidikan ini memiliki lima pemboleh ubah, iaitu (i) dua pemboleh ubah utama iaitu dedahan mesej dakwah sebagai pemboleh ubah bebas (X1) dan perilaku peduli sosial sebagai pemboleh ubah bersandar (Y); (ii) tiga pemboleh ubah moderator iaitu tindakan meneruskan mesej dakwah secara interpersonal (X2), sikap bergantung pada kumpulan rujukan (X3), dan kekerapan menggunakan media massa (X4)

dibandingkan 0.050 ( $0.00 < 0.50$ ), maka hal itu membuktikan bahawa 95% (taraf signifikan 5%) ada pengaruh yang nyata antara kekerapan menerima *pendedahan mesej dakwah (X1)* terhadap *perilaku penyertaan sosial (Y)*.

Selanjutnya akan diulas hasil ujian hubungan pengaruh dengan menggunakan metode *moderated regression analysis (MRA)*. Melalui MRA dapat diketahui (1) sejauh mana peranan atau pengaruh setiap pemboleh ubah bebas dan moderator secara berasingan (*partial*) terhadap pemboleh ubah bersandar yang boleh dilihat melalui nilai **t hitung** yang dihasilkan; (2) pengaruh pemboleh ubah bebas dan moderator secara bersama-sama (serentak) terhadap pemboleh ubah bersandar dengan merujuk pada hasil **F hitung** yang dihasilkan.

*Pengaruh pemboleh ubah bebas dan moderator secara separa (ujian t)*

Melalui nilai **t** hitung yang diperoleh, selain boleh mengetahui tahap ketara pengaruh, juga boleh dikenal pasti perbezaan besarnya pengaruh setiap pemboleh ubah bebas terhadap pemboleh ubah bersandar. Jadual 2 memuatkan nilai **t** hitung daripada hasil ujian dengan menggunakan metode MRA.

**Jadual 2**  
**Hasil ujian t**

Pemboleh bebas	Pemboleh ubah bersandar	t hitung	t jadual	Sign	Keterangan
<i>X1</i>	<i>Peduli Sosial (Y)</i>	-2.019	1.966	.044	Berpengaruh
<i>X(X2)</i>		2.370	1.966	.018	Berpengaruh
<i>X(X3)</i>		4.553	1.966	.000	Berpengaruh
<i>X(X4)</i>		2.345	1.966	.020	Berpengaruh

Ternampak pada Jadual 2, bahawa nilai **t hitung** untuk *dedahan mesej dakwah (X1)* adalah -2.03 dengan nilai signifikan 0.044. Kerana nilai **t hitung** lebih kecil daripada **t jadual** ( $-2.03 < 1.966$ ) dan nilai signifikan lebih kecil dibandingkan alpha 5% ( $0.044 > 0.050$ ), ini bererti pemboleh ubah *dedahan mesej dakwah (X1)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemboleh ubah *perilaku peduli sosial (Y)*, tetapi lemah.



Nilai **t hitung** untuk pemboleh ubah *dedahan mesej dakwah* melalui interaksi dengan pemboleh ubah *penerusan interpersonal [X1(X2)]* pula adalah 2.37 dan nilai signifikan 0.018. Oleh sebab nilai **t hitung** lebih besar dibandingkan **t jadual** ( $2.29 > 1.966$ ) dan nilai signifikan lebih kecil daripada Alpha 5% ( $0.018 < 0.050$ ), maka boleh dikatakan bahawa pemboleh ubah *penerusan mesej dakwah secara interpersonal* adalah moderator yang mengukuhkan pengaruh *dedahan dakwah mesej* terhadap *perilaku peduli sosial* pada taraf signifikan 5%.

Interaksi antara *dedahan mesej dakwah* dengan *sikap bergantung pada kumpulan rujukan [X(X3)]*, menghasilkan nilai **t hitung** sebesar 4.55 dan nilai signifikan = 0.00. Kerana nilai **t hitung** lebih besar daripada **t jadual** ( $4.55 > 1.966$ ) dan nilai signifikan lebih kecil daripada alpha 5% ( $0.000 < 0.050$ ), maka dapat diambil kesimpulan, bahawa *sikap bergantung pada kumpulan rujukan* adalah moderator yang berperanan mengukuhkan pengaruh *dedahan mesej dakwah* terhadap *perilaku peduli sosial* pada taraf signifikan 5%.

Nilai **t hitung** yang diperoleh daripada interaktif antara pemboleh ubah *dedahan mesej dakwah* dengan *Kekerapan Penggunaan Media Massa [X1(X4)]* adalah 2.35 dengan nilai signifikan 0.170. Kerana nilai **t hitung** lebih kecil daripada **t jadual** ( $2.40 > 1.966$ ) atau nilai signifikan lebih besar daripada alpha 5% ( $0.020 > 0.050$ ), ini menunjukkan bahawa pemboleh ubah moderator *kekerapan penggunaan media massa* mempunyai peranan bagi menguatkan pengaruh *dedahan mesej dakwah* terhadap *perilaku peduli sosial* pada taraf kepercayaan 5%.

Pembandingan **nilai t** di atas juga menjelaskan bahawa antara ketiga-tiga pemboleh ubah moderator yang diuji, adalah *sikap bergantung pada kumpulan rujukan (X3)* yang memiliki peranan paling besar bagi mengukuhkan pengaruh *dedahan mesej dakwah* terhadap *perilaku peduli sosial*.

#### *Pengaruh pemboleh ubah bebas dan moderator secara serentak (ujian F)*

Jika uji **t** bertujuan bagi mengetahui pengaruh pemboleh ubah bebas dan pemboleh ubah moderator terhadap pemboleh ubah bersandar secara separa, uji **F** pula digunakan untuk melihat pengaruh yang sama tetapi secara serentak.

**Jadual 3**  
**Hasil Ujian F**

Pemboleh ubah tidak bersandar	Pemboleh ubah bersandar	F hitung	Sig	Keterangan
<i>X1</i>				
<i>X1 (X2)</i>	<i>Peduli Sosial (Y)</i>	13,842	0.000	Berpengaruh
<i>X1 (X3)</i>				
<i>X1 (X4)</i>				

Jadual 3 memuatkan maklumat daripada hasil **ujian F**, iaitu pengaruh pemboleh ubah bebas dan moderator yang secara serentak terhadap perilaku Peduli Sosial sebagai pemboleh ubah bersandar. Nilai **F hitung** yang diperoleh adalah 13,842 dan nilai signifikan adalah 0.000. Nilai **F jadual** dengan  $db_1 = 4$  dan  $db_2 = 409$  dan Alpha 5% adalah 2.394. Ternyata nilai **F hitung** lebih besar daripada nilai **F jadual** ( $13.842 > 2.394$ ), manakala nilai signifikan lebih kecil daripada Alpha 5% ( $0.000 < 0.050$ ). Ini menunjukkan bahawa terdapat pengaruh yang nyata bagi pemboleh ubah Dedahan Mesej Dakwah (*X1*) dengan pemboleh ubah moderator secara serentak terhadap pemboleh ubah terikat Peduli Sosial (*Y*) dengan tahap kesalahan 5%.

Bagi menjelaskan berapa besar pengaruh bersama tersebut, nilai kuadrat faktor penentu (*determinant*)  $R^2$  yang tertera pada jadual di bawah ini boleh digunakan.

**Jadual 4**  
**Nilai Determinant ( $R^2$ )**

Model Review <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.345 <sup>a</sup>	.12	.111	.45853

a. *Predictors: (Constant). X1 (X4). X1 (X3). X1 (X2). X1*

b. *Dependent Variable: Y*

Nilai pekali  $R^2$  yang diperoleh adalah 0.12, bermakna besarnya pengaruh serentak bagi dedahan mesej dakwah bersama dengan penerusan mesej dakwah secara interpersonal (*X2*), peranan kelompok

rujukan (X3), dan penggunaan media massa (X4) ialah sebesar 12%; manakala 88%, ditentukan oleh faktor lain di luar penyelidikan ini.

Bagi mengenal pasti sejauh mana peranan pemboleh ubah moderator pula, perbandingan dilakukan antara nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh ujian regresi sederhana dengan nilai  $R^2$  yang diperolehi oleh ujian MRA. Nilai  $R^2$  regresi sederhana adalah 0.044 (4.4%) manakala nilai  $R^2$  daripada MRA adalah 0.12 (12%). Di sini jelas ada peningkatan nilai  $R^2$  sebesar  $12\% - 4.4\% = 7.6\%$ . Dengan kata lain, setelah dimasukkan pemboleh ubah moderator, maka pengaruh antara dedahan mesej dakwah (X1) terhadap perilaku peduli sosial (Y) meningkat 7.6% berbanding sebelumnya. Artinya faktor penerusan mesej dakwah secara interpersonal, kelompok rujukan, dan penggunaan media massa berperanan sebagai pemboleh ubah moderator, bagi memperkukuh hubungan pengaruh antara pendedahan mesej dakwah terhadap perilaku peduli sosial.

*Perbezaan perilaku peduli sosial berasas kumpulan*

Berikut akan didedahkan hasil ujian perbezaan bagi pemboleh ubah peduli sosial berdasarkan kumpulan, dengan kaedah ujian kesan antara subjek (*Tests of Between-Subjects Effects*).

**Jadual 5**  
**Kesan Antara Subjek Untuk Peduli Sosial Berdasar Kumpulan**

	Jumlah Kuadrat	df	Min Kuadrat	F hitung	F jadual pada Alpha 5%	Sig.
Kumpulan	0.060	1	0.060	0.285	3.864	0.594
Error	85.933	408	0.211			
Total	3604.941	414				

Jadual 5 memuatkan hasil ujian kesan antara subjek berasaskan kumpulan. Merujuk kepada jadual tersebut, didapati nilai **F hitung** adalah lebih kecil daripada **F jadual** ( $0.285 < 3.864$ ), dan nilai signifikan pula lebih besar dibandingkan Alpha 5% ( $0.594 > 0.0500$ ). Oleh itu, ini menjelaskan bahawa tidak ada perbezaan pengaruh yang disebabkan oleh faktor kumpulan, terhadap perilaku penyertaan sosial yang berlaku antara kumpulan responden MTA dan Muhammadiyah.

## Kesimpulan

Hasil ujian MRA membuktikan bahawa ada kesan yang signifikan bagi pendedahan mesej dakwah terhadap perilaku penyertaan sosial. Namun demikian kesan tersebut kurang kukuh atau tidak bersifat hubungan *bivariate* (pengaruh langsung antara satu pemboleh ubah bebas terhadap satu pemboleh ubah terikat). Kesan tersebut menjadi kukuh setelah melalui tiga pemboleh ubah moderator, iaitu penerusan mesej dakwah secara interpersonal, sikap terhadap kelompok rujukan, dan penggunaan media massa.

Mengikut kepada dapatan di atas boleh disimpulkan bahawa kekerapan menerima mesej agama (dakwah), tidaklah serta merta menyebabkan seseorang menjadi lebih peduli terhadap masalah-masalah sosial yang berlaku dalam masyarakat. Ada banyak faktor yang perlu diambil kira bagi memahami sikap dan perilaku peduli sosial ini, khasnya faktor-faktor yang berasal daripada luar diri.

Di antara tiga pemboleh ubah moderator, sikap bergantung kepada kelompok rujukan adalah yang paling besar bagi mengukuhkan tindakan peduli sosial. Jika keterikatan kepada kelompok sehingga melahirkan persepsi *in-sider* dan *out-sider* pada diri ahlinya dalam memandangkan kumpulan lain, maka bererti kekerapan menerima dedahan mesej dakwah justeru boleh menimbulkan pola fikir yang *exclusive* dan fanatik. Kesimpulan berbalik boleh pula berlaku, bahawa pendedahan mesej dakwah menimbulkan suatu kelompok yang ahlinya bersikap terbuka, toleran, dan lebih peduli kepada masalah pihak lain.

Merujuk kepada kesimpulan di atas, penyelidik boleh menyatakan sebuah rekomendasi, bahawa kesan komunikasi dakwah terhadap perilaku sosial, tidak hanya boleh difahami dengan kaedah analisis *moderation*, tetapi perlu dicuba melakukan penyelidikan dengan menggunakan kaedah analisis jalur (*path analysis*).

\*\*\*\*\*

## Bibliografi

- Antaranews.com.. <http://www.antaranews.com/berita/395755/mta-miliki-430-cabang-se-indonesia>, diakses 15 September 2013 22:16 pm.
- Amir, Muhammad, K.Hj.. 2011. *Sejarah Masuk dan Berkembangnya Muhammadiyah di Surakarta*, <http://muhammadiyahstudies.blogspot.com/>, diakses 25 Ogos 2013; 10:30 pm.
- Azra, Azyumardi. 2010. *Muhammadiyah dan Politik Nasional*, dlm. Akbar Indo Pos, 28 Jun 2010.
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. 2010. *Surakarta Dalam Angka*, Sensus Penduduk Kota Surakarta 2010.
- Biro Hubungan Masyarakat MTA. 2009. *Sekilas Sejarah Singkat Berdirinya Majelis Tafsir Al-Quran*.
- Copeland, Mark A. 2002. *The Religion Of Islam: A Survey Of The Origins And Beliefs Of Islam*, <http://ExecutableOutlines.com> atau [MarkCopeland@aol.com](mailto:MarkCopeland@aol.com) dimuat turun 1 Ogos 2010; 08:20 pm.
- Fair, Jean, 1954. *The Comparative Effectiveness of a Core and a Conventional Curriculum in Developing Social Concern. I*, The School Review Vol. 62, No. 5 (May, 1954), University of Chicago Press.
- Greene, Shirley R. & Kamimura, Mark. 2003. *Ties That Bind: Enhanced Social Awareness Development Through Interaction With Peers*. Paper presented at the Annual Meeting of the Association for the Study of Higher Education, Portland, Oregon, November 12-15, 2003.
- Hidayat, Syamsul. 2013. *Hubungan Muhammadiyah dan Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA)*, <http://www.sangpencerah.com/2013/10/hubungan-muhammadiyah-dan-majelis.html> diakses 20 Julai 2013; 18:03 pm.
- Ilyas, H. Yunahar, Lc.,Dr. 2004. *Globalisasi dan Tantangan Dakwah*, 'Ulumuddin Digital Journal Al-Manar, Edisi I/2004, dimuat turun 10 April 2010; 11: 05 am.
- Hisyam, Muhammad. 2012. *Latar Sejarah Pluralitas Muslim Di Surakarta*. <http://muhamadhisyam.bloghspot.com>, diakses 6 April 2013; 12:37am.
- Jinan, Mutohharun, M. Ag. 2013. *Kepemimpinan Imamah dan Gerakan Purifikasi Islam di Pedesaan (Studi tentang Perluasan Majelis Tafsir*

- Al-Qur'an Surakarta*), Yogyakarta: Tesis Magister Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Lessl, T.M. 1993. *Toward a Definition of Religious Communication: Scientific and Religious Uses of Evolution*, Journal of Communication and Religion, Volume 16.
- Mulkhan, Munir. 2010. *Marhaenis Muhammadiyah*, Yogyakarta: Galangpress Pimpinan Pusat Muhammadiyah. 2010. *Keputusan Muktamar ke 45, Tahun 2010*, Yogyakarta.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah. 2013. *Sejarah Berdirinya Muhammadiyah*, <http://www.muhammadiyah.or.id/id/1-content-179-det-sejarah-berdiri.html> diakses 11 Juli 2013; 10:15 am.
- Putnam, Robert D. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon & Schuster.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2006. *Islam dan Pluralisme, Akhlaq Qur'an Menyikapi Perbedaan*, Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Roberts, Alden E., Koch, Jerome R., and Johnson, D. Paul. 2001. *Religious Reference Groups And The Persistence Of Normative Behavior: An Empirical Test*, Sociological Spectrum, 21: 81–98.
- Syamsuddin, M. Din. 1995. *The Muhammadiyah Da'wah and Allocative Politics in the New Order Indonesia*, Studia Ismaika, Indonesian Journal For Islamic Studies, VoL 2, No. 2, 1995.
- Sunarwoto. 2012. *Gerakan Religius-kultural MTA: Dakwah, Mobilisasi, dan Tafsir tanding*, Jurnal Ilmu Keislaman Afkaruna, Vol. 8 No. 2, Desember 2012.
- Sobur, H.A. Kadir. 2006. *Inovasi Mekanisme Dakwah: Suatu Analisis Berdasarkan Filsafat Qur'ani*, Jurnal Inovatio, Volume 5, No. 10, Juli-Desember 2006.
- Schultze, Q.J. 2005. *The "God-Problem" in Communication Studies*, Journal of Communication and Religion, Volume 28, 2005.
- Sulaiman. Mashitah. 2013. *Islam Dan Transformasi Sosial Masyarakat Melayu Malaysia*: Kertas kerja dibentangkan di International Conference of Social Sciences Research 2013 (ICSSR 2013), 4-5 Jun 2013, Pulau Pinang, Malaysia.

- Salmadanis. 2012. *Dakwah Sebagai Transformasi Nilai Islam*, Akbar Padang Ekspres Rabu, 01/08/2012 13:51 pm.
- tempo.co. 2010. Surakarta Kota Terpadat di Jawa Tengah, <http://www.tempo.co/read/news/2010/05/31/177251519/Surakarta-Kota-Terpadat-di-Jawa-Tengah> diakses 31 Mei 2010 | 14:35 pm.
- Vahidi, Hamzeh Ali. 2011. *Pemikiran Muthahari dan Muhammad Abduh; Sebuah Telaah Komparatif*, Lembaga Pendekatan Mazab-Mazab Islam, [http://www.taqrif.info/indonesia/index.php?option=com\\_content&view=article&id=767:pemikiran-muthahari-dan-muhammad-abduh-sebuah-telaah-komparatif-3&catid=44:mirase-moshtarak&Itemid=145](http://www.taqrif.info/indonesia/index.php?option=com_content&view=article&id=767:pemikiran-muthahari-dan-muhammad-abduh-sebuah-telaah-komparatif-3&catid=44:mirase-moshtarak&Itemid=145), diakses 11 Desember 2011; 23:30 pm
- Verba, S., Schlozman, K.L., dan Brady, H.E. 1995. *Voice and Equality: Civic Volunteerism in American Politics*, Cambridge, M.A.: Havard University Press.
- Wildan, Muhammad, Dr. 2012. *Islam dan Radikalisme di Solo*, dalam obrolan (diskusi) Reboan Yayasan (LkiS) (Lembaga Kajian Islam dan Sosial, 28 Maret 2011: Yogyakarta.
- Zuhri, Syaifudin. 2013. Majlis Tafsir Al-Qur'an and its struggle for Islamic reformism, dalam Jajat Burhanudin and Kees van Dijk, 2013. *Islam in Indonesia Contrasting Images and Interpretations*, Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Zuhdi, Muhammad Harfin. 2012. *Dakwah Dan Dialektika Akulturasi Budaya*, RELIGIA Vol. 15 No. 1, April 2012, <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/> .