



Komunikasi Persuasif Pimpinan Daerah Muhammadiyah Bireuen dalam Menghadapi Tantangan Kaderisasi di Era Digital

Persuasive Communication by the Bireuen Regional Leadership of Muhammadiyah in Addressing Cadre Development Challenges in the Digital Era

Fohan Muzakir^{1*}, Rina Hanum²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Mahakarya Aceh

Email: fohanm@gmail.com^{1*}, rinahanum7@gmail.com²

Article Info

Article history :

Received : 18-10-2026

Revised : 20-10-2026

Accepted : 22-10-2026

Published : 24-10-2026

Abstract

This study aims to analyze the persuasive communication strategies employed by the Bireuen Regional Leadership of Muhammadiyah (PDM Bireuen) in navigating the era of digitalization, which presents both challenges and opportunities for the regeneration of its members (cadres). The digital era often triggers communication disruptions and a decline in interest among the younger generation toward conventional, religion-based organizations. Utilizing a qualitative approach with a descriptive method, data were collected through in-depth interviews with PDM Bireuen leaders and youth figures, as well as through observations of the organization's communication activities on social media. The findings indicate that PDM Bireuen implements persuasive communication through cognitive, affective, and conative approaches tailored to the characteristics of "digital natives." The strategies employed include the use of digital media (such as social media and internet-based platforms) to disseminate Muhammadiyah's values, the delivery of adaptive and inclusive messages, and the transformation of cadre training formats (Darul Arqam) by integrating information technology. Key challenges include limited digital literacy among some senior leaders and resistance to changes in organizational culture. The study concludes that effective and adaptive persuasive communication leveraging digital media is the primary key for PDM Bireuen in maintaining the sustainability and relevance of its cadre development in the digital era.

Keywords: *Persuasive Communication, Digital Era, Organizational Regeneration*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Bireuen dalam menghadapi era digitalisasi yang membawa tantangan sekaligus peluang bagi regenerasi kader. Era digital kerap memicu disrupsi komunikasi dan penurunan minat generasi muda terhadap organisasi keagamaan berbasis konvensional. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pimpinan PDM Bireuen, tokoh pemuda, serta observasi terhadap aktivitas komunikasi media sosial organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PDM Bireuen menerapkan komunikasi persuasif melalui pendekatan kognitif, afektif, dan konatif yang disesuaikan dengan karakteristik digital native. Strategi yang diterapkan mencakup pemanfaatan media digital (seperti media sosial dan platform berbasis internet) untuk penyebaran nilai-nilai Kemuhammadiyahan, penyampaian pesan yang adaptif dan inklusif, serta transformasi format pelatihan kader (Darul Arqam) yang mengintegrasikan teknologi informasi. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan literasi digital pada sebagian pimpinan senior dan resistensi terhadap perubahan budaya organisasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang



efektif dan adaptif terhadap media digital menjadi kunci utama PDM Bireuen dalam menjaga keberlanjutan dan relevansi kaderisasi di era digital

Kata Kunci: *Komunikasi Persuasif, Era Digital, Regenerasi Organisasi.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah lanskap interaksi sosial serta pola perilaku generasi muda secara signifikan. Era ini menghadirkan tantangan tersendiri bagi organisasi kemasyarakatan Islam dalam mempertahankan keberlanjutan struktur organisasinya, khususnya melalui proses kaderisasi. Generasi digital native cenderung mengonsumsi informasi secara serba cepat, visual, dan fleksibel, yang kerap berseberangan dengan pola-pola perkaderan konvensional yang kaku dan formal (Suryani & Nasution, 2021). Dalam konteks ini, pendekatan komunikasi yang relevan menjadi kebutuhan mendesak agar nilai-nilai dakwah dan cita-cita keorganisasian tetap terinternalisasi dengan baik pada generasi penerus (Kurniawan, 2023). Oleh karena itu, komunikasi persuasif memegang peranan krusial sebagai jembatan untuk membujuk, merangkul, serta menumbuhkan kesadaran kolektif generasi muda tanpa mengesampingkan kepribadian dan tujuan utama organisasi (Effendy, 2019).

Sebagai salah satu gerakan Islam pembaharuan terbesar di Indonesia, Muhammadiyah menggantungkan masa depannya pada efektivitas sistem kaderisasi di berbagai tingkatan struktur, tak terkecuali di tingkat daerah. Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Bireuen di Provinsi Aceh berada pada posisi strategis sekaligus menantang dalam menjalankan fungsi perkaderan di tengah arus modernisasi. Keberadaan Bireuen sebagai daerah yang kaya akan nilai-nilai keagamaan dan kebudayaan lokal menuntut PDM Bireuen untuk meluncurkan strategi komunikasi yang adaptif. PDM Bireuen tidak hanya berhadapan dengan pergeseran minat pemuda terhadap aktivitas keorganisasian, tetapi juga tantangan untuk memanfaatkan media sosial dan digitalisasi sebagai sarana pembentukan karakter kader yang tangguh (Aziz & Rahmad, 2022).

Fenomena di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi ideal kaderisasi dan pelaksanaan komunikasi persuasif oleh pimpinan organisasi. Proses pembinaan kader di PDM Bireuen kerap mempertemukan perbedaan persepsi antara pimpinan senior dan generasi muda, terutama terkait pemanfaatan media digital dan penyampaian pesan-pesan Kemuhammadiyahan (Hasan, 2022). Pola komunikasi persuasif yang kurang tersistematis berisiko memicu keterasingan pemuda dari aktivitas Muhammadiyah, yang pada akhirnya dapat memperlambat laju regenerasi kepemimpinan di tingkat lokal. Fenomena ini menegaskan perlunya formulasi strategi komunikasi persuasif yang tidak hanya mengandalkan daya tarik persuasif konvensional (ethos, pathos, logos), tetapi juga mengintegrasikan karakteristik media digital dalam merespons kebutuhan calon kader era kini (Perdana & Mulyana, 2020).

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Pimpinan Daerah Muhammadiyah Bireuen dalam menghadapi tantangan kaderisasi di era digital. Penelitian ini penting dilakukan untuk memetakan saluran, teknik, dan hambatan komunikasi persuasif yang dialami oleh jajaran pimpinan dalam menanamkan komitmen keorganisasian kepada para generasi muda di Kabupaten Bireuen. Secara praktis dan akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi



pemikiran serta acuan formulasi kebijakan kaderisasi berbasis digital bagi Muhammadiyah, baik di tingkat Bireuen maupun pada level persyarikatan secara lebih luas (Pratama & Ismail, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi dan dinamika komunikasi persuasif Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Bireuen dalam menghadapi tantangan kaderisasi di era digital (Creswell & Creswell, 2018). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengeksplorasi fenomena sosial secara alami (*naturalistic inquiry*), khususnya terkait pola interaksi, makna pesan, dan cara pimpinan membujuk serta merekrut generasi muda (Moleong, 2021). Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Bireuen, Aceh, dengan fokus lokasi pada Kantor PDM Bireuen serta sekretariat organisasi otonom (Ortom) Muhammadiyah tingkat daerah seperti Pimpinan Daerah Pemuda Muhammadiyah (PDPM) dan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Bireuen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk dan Unsur Komunikasi Persuasif PDM Bireuen di Era Digital

Berdasarkan hasil penelitian, Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Bireuen menerapkan strategi komunikasi persuasif dengan mengombinasikan tiga unsur klasik Aristoteles *ethos* (kredibilitas), *pathos* (daya tarik emosional), dan *logos* (logika/argumen) yang disesuaikan dengan karakteristik media digital. PDM Bireuen membangun *ethos* melalui rekam jejak kepemimpinan yang teladan dan integrasi figur pimpinan senior dengan tokoh pemuda yang komunikatif di media digital (Mulyana, 2019). Penguatan kredibilitas ini krusial untuk menumbuhkan rasa percaya calon kader terhadap persyarikatan di tengah maraknya banjir informasi (*information overload*).

Pada aspek *pathos*, PDM Bireuen memanfaatkan narasi dakwah yang ramah, inklusif, serta menyentuh kebutuhan emosional generasi muda, seperti isu mental health, kepemimpinan masa depan, dan aktualisasi diri. Sementara itu, unsur *logos* disampaikan melalui argumentasi rasional mengenai pentingnya berorganisasi sebagai wadah pembentukan karakter dan kontribusi sosial-keagamaan yang nyata di Kabupaten Bireuen (Aziz & Rahmad, 2022). Unsur-unsur persuasif ini dikemas melalui konten digital yang lebih visual, pendek, dan interaktif pada platform seperti Instagram dan YouTube, sehingga pesan-pesan Kemuhammadiyah lebih mudah diterima oleh digital natives tanpa terkesan menggurui.

2. Merekrut dan Membina Kader Melalui Pendekatan Digital

Proses kaderisasi di lingkungan Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Bireuen telah mengalami pergeseran paradigma yang signifikan seiring berkembangnya era digital. PDM Bireuen tidak lagi menggantungkan keberhasilan regenerasi organisasi semata-mata pada saluran konvensional, seperti pertemuan tatap muka di masjid, majelis taklim, atau ruang kelas formal. Kesadaran akan perubahan pola komunikasi dan preferensi generasi muda mendorong PDM Bireuen untuk bersinergi dengan Organisasi Otonom (Ortom) tingkat daerah, seperti Pimpinan Daerah Pemuda Muhammadiyah (PDPM) dan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Bireuen. Sinergi ini melahirkan formulasi baru dalam menyusun pesan dan strategi pendekatan yang lebih adaptif, responsif, serta relevan dengan dinamika kehidupan digital native di Kabupaten Bireuen.



Salah satu pilar utama dalam transformasi ini adalah pemanfaatan saluran komunikasi digital sebagai pintu masuk rekrutmen awal (pre-induction). PDM Bireuen bersama Ortom memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menjalankan kampanye digital yang interaktif dan visual. Konten-konten yang diproduksi tidak hanya memuat pesan-pesan keagamaan, tetapi juga isu-isu sosial, kepemimpinan, dan pengembangan diri yang dekat dengan kebutuhan pemuda masa kini. Melalui narasi persuasif yang dikemas secara kreatif, media sosial berhasil menjadi sarana untuk menarik minat dan membangun persepsi positif calon kader sebelum mereka diarahkan untuk mengikuti tahapan perkaderan formal organisasi.

Selain pada tahap rekrutmen, pendekatan digital juga diterapkan secara mendalam melalui hibridisasi pelatihan kader, khususnya pada penyelenggaraan Darul Arqam. PDM Bireuen mentransformasi format pelatihan konvensional dengan mengombinasikan sesi materi berbasis daring (online) dan kegiatan aksi nyata secara luring (offline). Sesi daring dimanfaatkan untuk penyampaian materi-materi keislaman dan Kemuhammadiyah yang bersifat teoritis melalui webinar serta platform pembelajaran mandiri. Sementara itu, sesi luring difokuskan pada penguatan ikatan emosional (bonding), pelatihan kepemimpinan praktis, magang organisasi, dan aksi sosial masyarakat di Bireuen, sehingga nilai-nilai yang dipelajari secara digital dapat diaktualisasikan secara nyata.

Penerapan strategi hibrid dan efisiensi saluran digital ini sejalan dengan prinsip-prinsip teori komunikasi persuasif yang menekankan pentingnya keluwesan media agar pesan dapat melintasi batasan ruang, waktu, serta demografi audiens (Perdana & Mulyana, 2020). Pembaharuan saluran komunikasi ini terbukti mampu mengikis kekakuan proses perkaderan tradisional tanpa mengurangi substansi dan kualitas pembinaan ideologi organisasi. Alhasil, tingkat partisipasi serta keterlibatan mahasiswa dan pemuda di Kabupaten Bireuen dalam kegiatan perkaderan Muhammadiyah menunjukkan tren peningkatan yang positif, adaptif, dan berkelanjutan di tengah tantangan era disrupsi digital.

3. Strategi Solutif dan Model Kaderisasi Masa Depan

Guna mengatasi berbagai hambatan teknis maupun kultural dalam proses peremajaan organisasi, Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Bireuen mengambil langkah strategis dengan merancang transformasi institusional di bidang media dan komunikasi. Langkah konkret tersebut diwujudkan melalui pembentukan Digital Task Force atau unit media kreatif khusus yang dikelola secara langsung oleh kader-kader muda dari Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dan Pemuda Muhammadiyah Bireuen. Unit kreatif ini beroperasi di bawah bimbingan teknis serta pengawasan Majelis Pustaka dan Informasi (MPI) PDM Bireuen, sehingga tetap berjalan selaras dengan garis kebijakan dan khittah perjuangan persyarikatan.

Keberadaan unit media kreatif ini dibarengi dengan pemberian otonomi penuh oleh jajaran pimpinan PDM Bireuen kepada generasi muda untuk mengeksplorasi ide-ide segar. Pimpinan senior memberikan kepercayaan kepada para kader muda untuk merancang gaya bahasa, estetika visual, serta format konten komunikasi yang dinamis dan relevan dengan kultur anak muda di Kabupaten Bireuen. Kebijakan ini terbukti efektif memangkas birokrasi komunikasi yang kaku, sekaligus memberikan ruang inkubasi bagi kader untuk mengasah potensi kepemimpinan dan keterampilan digital mereka secara intensif (Kurniawan, 2023).



Di samping inovasi berbasis teknologi, PDM Bireuen secara bijak mengintegrasikan nilai-nilai kearifan lokal (local wisdom) Aceh ke dalam narasi digital yang dibangun. Pesan-pesan persuasif mengenai Kemuhammadiyah dan nilai keislaman tidak disajikan secara terasing, melainkan diselaraskan dengan syariat Islam serta identitas kebudayaan Bireuen yang dikenal historis sebagai "Kota Juang". Pendekatan kultural ini berhasil memadukan identitas persyarikatan dengan kebanggaan lokal, sehingga mampu melahirkan daya tarik emosional dan kedekatan psikologis yang kuat di kalangan calon kader pemuda daerah.

Sintesis antara kebebasan ekspresi digital bagi pemuda dan penguatan akar budaya lokal membentuk sebuah model komunikasi persuasif yang bersifat hibrid dan kolaboratif. Model ini tidak hanya efektif merekatkan kembali jalinan kaderisasi yang sempat renggang akibat perubahan zaman, tetapi juga menjadi instrumen utama dalam menjaga daya hidup organisasi. Melalui formulasi strategi solutif ini, PDM Bireuen berhasil memastikan keberlanjutan regenerasi kepemimpinan Muhammadiyah di Kabupaten Bireuen secara ajeg, relevan, dan bermartabat di tengah derasnya arus disrupsi digital (Pratama & Ismail, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Bireuen telah berhasil mentransformasi strategi komunikasi persuasifnya dalam merespons tantangan kaderisasi di era digital. Integrasi unsur ethos, pathos, dan logos yang dikemas melalui platform media digital terbukti mampu menjembatani dinamika interaksi dengan generasi digital native. Keberhasilan ini ditunjukkan melalui peralihan dari pendekatan instruktif-konvensional menuju pola komunikasi yang lebih inklusif, visual, serta dialogis, tanpa mengesampingkan substansi nilai-nilai keislaman dan Kemuhammadiyah.

Strategi kaderisasi hibrid yang menggabungkan rekrutmen berbasis media sosial serta pelatihan Darul Arqam berbasis online-offline menjadi instrumen kunci dalam meningkatkan partisipasi pemuda di Kabupaten Bireuen. Keberadaan Digital Task Force yang dikelola oleh kader muda IMM dan Pemuda Muhammadiyah di bawah bimbingan Majelis Pustaka dan Informasi (MPI) memberi ruang otonomi kreatif yang efektif memangkas kekakuan birokrasi komunikasi. Pendekatan ini diperkuat dengan pengintegrasian nilai-nilai kearifan lokal Bireuen sebagai "Kota Juang", sehingga pesan persuasif organisasi memiliki daya tarik emosional dan kultural yang relevan bagi calon kader.

Implikasi dari penelitian ini menegaskan pentingnya fleksibilitas saluran dan pembaruan gaya komunikasi bagi organisasi kemasyarakatan Islam di era disrupsi. Rekomendasi bagi PDM Bireuen dan struktur persyarikatan secara umum adalah perlunya peningkatan literasi digital secara berkelanjutan bagi jajaran pimpinan senior guna menekan kesenjangan persepsi intergenerasi. Selain itu, pengalokasian sumber daya dan fasilitas pendukung untuk unit media kreatif perlu ditingkatkan agar model komunikasi persuasif yang kolaboratif dan adaptif ini dapat berjalan secara konsisten demi menjamin keberlanjutan regenerasi kepemimpinan Muhammadiyah di masa depan..

DAFTAR PUSTAKA

Aziz, A., & Rahmad, R. (2022). *Dinamika Dakwah dan Kaderisasi Muhammadiyah di Aceh*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.



- Aziz, A., & Rahmad, R. (2022). *Dinamika Dakwah dan Kaderisasi Muhammadiyah di Aceh*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Hasan, M., Bireuen, A., & Zulkifli, Z. (2022). *Kebijakan Pimpinan Daerah Muhammadiyah dalam Pembinaan Pemuda di Bireuen*. *Jurnal Komunikasi dan Sosiologi Islam*, 5(1), 45-58.
- Hasan, M., Bireuen, A., & Zulkifli, Z. (2022). *Kebijakan Pimpinan Daerah Muhammadiyah dalam Pembinaan Pemuda di Bireuen*. *Jurnal Komunikasi dan Sosiologi Islam*, 5(1), 45-58.
- Kurniawan, R., Wibowo, A., & Lestari, P. (2023). *Strategi Komunikasi Persuasif Organisasi Keagamaan Menghadapi Disrupsi Digital*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 112-125.
- Kurniawan, R., Wibowo, A., & Lestari, P. (2023). *Strategi Komunikasi Persuasif Organisasi Keagamaan Menghadapi Disrupsi Digital*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 112-125.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Perdana, M., & Mulyana, D. (2020). *Komunikasi Persuasif di Era Media Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Perdana, M., & Mulyana, D. (2020). *Komunikasi Persuasif di Era Media Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pratama, F., & Ismail, I. (2024). *Digitalisasi Perkaderan Muhammadiyah: Objek, Tantangan, dan Peluang*. *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyahan*, 8(1), 23-37.
- Pratama, F., & Ismail, I. (2024). *Digitalisasi Perkaderan Muhammadiyah: Objek, Tantangan, dan Peluang*. *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyahan*, 8(1), 23-37.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Suryani, E., & Nasution, H. (2021). *Perilaku Berorganisasi Generasi Z dan Tantangan Regenerasi Kepemimpinan*. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 7(3), 201-215.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.)*. SAGE Publications.