

KOMUNIKASI PERSUASIF PEMBINA DALAM MENEGUHKAN KEYAKINAN MUALAF PADA MUALAF CENTER PEKANBARU

Metta Rhozely , Welly Wirman, Muhammad Firdaus
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jl. Subrantas KM 12,5 Pekanbaru 28293

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai Komunikasi Persuasif Pembina dalam Meneguhkan Keyakinan Mualaf pada Mualaf Center Pekanbaru. Penelitian yang dilakukan dimaksudkan untuk Mengetahui dan menganalisis Unsur-unsur Komunikasi Persuasif, Teknik Komunikasi persuasif, faktor penghambat dan pendukung komunikasi Persuasif. Menggunakan kerangka konseptual yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi persuasif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa upaya Komunikasi Persuasif Pembina dalam Meneguhkan Keyakinan Mualaf dengan menggunakan unsur-unsur: Persuader, Persuadee, pesan, media, umpan balik dan efek, dengan teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan red-herring. Faktor pendukung Komunikasi Persuasif Pembina dalam Meneguhkan Keyakinan Mualaf adalah motivasi pembina yang tinggi dan semangat mualaf. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kurangnya tenaga Pembina dan kurangnya fasilitas belajar.

Kata Kunci : Komunikasi, Komunikasi Persuasif, Mualaf

Abstract

This study discusses the persuasive communication of the coach in strengthening the beliefs of converts at the Pekanbaru Center for converts. Research carried out is intended to know and analyze the Elements of Persuasive Communication, Persuasive Communication Techniques, inhibiting factors and supporting persuasive communication. Using a conceptual framework that is interpersonal communication and persuasive communication. In this study the authors used a descriptive method. The data collection techniques used are through observation, interviews and documentation. The data obtained shows that the Persuasive Communication Efforts of the Trustees in Confirming Converts by using the elements: Persuader, Persuadee, messages, media, feedback and effects, with techniques of association, integration, rewards, order, and red herring. Supporting factors for persuasive communication of the coach in confirming the converts' beliefs are the high motivation of the coach and the spirit of converts. While the inhibiting factor is the lack of supervisors and lack of learning facilities.

Keywords: Communication, Persuasive Communication, converts

PENDAHULUAN

Ada banyak kebutuhan manusia, Salah satunya adalah kebutuhan terhadap agama. Menurut Rakhmat, agama dalam kehidupan individu dapat berfungsi sebagai suatu sistem nilai yang berisi norma-norma tertentu. Secara umum norma-norma tersebut digunakan sebagai kerangka acuan dalam bertingkah laku dalam kehidupan agar sesuai dengan keyakinan agama yang dianut (dalam Rakhmat, 2010: 14). Pada dasarnya setiap manusia memiliki bentuk sistem nilai yang bermakna bagi dirinya masing-masing. Sistem nilai ini terbentuk seiring dengan proses perkembangan manusia serta merupakan hasil pembelajaran dan sosialisasi. Informasi-informasi yang didapatkan oleh setiap individu dari proses-proses tersebut akan meresap dalam dirinya dan menjadi sistem yang menyatu dalam pembentukan identitas individu.

Agama membentuk sistem nilai dalam diri individu, segala bentuk simbol keagamaan dan upacara ritual sangat berperan dalam pembentukan

sistem nilai pada diri individu. Setelah terbentuk, individu akan mampu menggunakan sistem nilai tersebut dalam memahami, mengevaluasi serta menafsirkan situasi dan pengalaman (Rakhmat, 2010: 15). Fungsi agama di wahyukan oleh Tuhan kepada Manusia sebagai pedoman hidup untuk mendapatkan keselamatan dan kebahagiaan baik di dunia dan akhirat. Di Dalam proses menjalankan agama yang sudah dianut kadangkala terjadi pergolakan bathin tentang kenyamanan dalam memeluk agama, saat seseorang sudah merasa tidak nyaman dengan agamanya maka mereka akan mencari apa yang pantas dan membuat dirinya merasa yakin atau bahkan hidayah tersebut datang dengan sendirinya melalui berbagai macam cara. Hal ini akan menimbulkan perpindahan agama.

Konversi agama sebenarnya adalah sebuah pengambilan keputusan yang besar bagi seseorang, karena dengan begitu ia telah siap untuk meninggalkan atribut agama yang ia percayai sebelumnya. Manusia pada dasarnya dilahirkan untuk mencari suatu kebenaran dan jawaban yang

ideal bagi dirinya sendiri. Dalam Jurnal (Syafiq dan Mohammad, 2014).

Menurut Putch, 2005 dalam (Tan & Sham, 2009) menyatakan bahwa mualaf merupakan mereka yang telah melafalkan kalimat syahadat dan termasuk golongan Muslim yang perlu diberikan bimbingan dan perhatian oleh golongan yang lebih memahami Islam. Setelah mengucapkan kalimat syahadat, asumsi yang muncul adalah individu akan mulai mendalami Islam. Dalam proses mendalami tersebut, Tan & Sham (2009) menyatakan mualaf akan menemui beberapa tahap yang memerlukan ilmu, dorongan, kesabaran, sokongan, nasehat, dan motivasi berkelanjutan untuk menghadapi setiap tahapan, sehingga pada akhirnya mereka dapat mencapai tahap ketenangan dalam menjalani agama.

Seseorang yang berpindah identitas keyakinan dari non-muslim menjadi muslim yaitu mualaf, dengan adanya hidayah maupun keinginan yang membuatnya begitu yakin tentang Islam. Dan membuatnya ingin memeluk keyakinan agama Islam, yang memang

pada dasarnya semua agama sama, tetapi masing-masing orang pasti memiliki tanggapan yang berbeda tentang semua agama yang ada. Di Indonesia tidak diketahui dengan pasti jumlah semua Mualaf. Namun pemeluk agama lain yang pindah ke agama Islam merupakan fenomena sosial yang nyata dan trennya terus meningkat. Diperkirakan setiap tahun Mualaf bertambah 10 sampai 15% (islamislami.com).

Salah satu bagian dari Masyarakat yang memerlukan bimbingan dan pembinaan adalah Mualaf. Tujuan Bimbingan tersebut adalah untuk meningkatkan kesadaran beragama, menanamkan keyakinan beragama, menghayati ajaran-ajaran agama, melaksanakan ajaran agama tersebut dalam kehidupan sehari-hari dan meningkatkan partisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan serta pembangunan pada umumnya (kemenag.go.id).

Para calon Mualaf melakukan ikrar masuk Islam dengan berbagai macam latar belakang antara lain: Pertama, ada yang masuk islam dengan

niat dan tujuan semata-mata karena hidayah Allah. Kedua, ada ikrar masuk Islam dengan niat dan tujuan yang tidak baik. Namun mereka di hadapkan pada persoalan yang amat berat (keluarga tidak menyetujui dan bahkan mengusirnya keluar dari rumah, Pimpinan kerja mengetahuinya lalu memutuskan hubungan kerja dari tempat ia berkerja) dan lain-lain. Banyak persoalan yang dihadapinya, kurangnya pengetahuan tentang agama yang baru sehingga tidak dapat membedakan mana yang sesuai aqidah dan ajaran islam serta mana yang akan menimbulkan dosa.

Permasalahan yang sering dialami seorang mualaf, banyaknya yang tidak sependapat ataupun tidak setuju dengan keputusan yang telah diambil oleh orang yang ingin pindah agama menjadi mualaf. Tidak adanya penerimaan oleh pihak keluarga atas apa yang telah dipilih oleh seorang mualaf tersebut. Dan menjadikan beberapanya memilih untuk pergi dari keluarga atau memilih menghindar dari keluarganya. Kebanyakan dari mereka memilih untuk menghindar dari keluarga karena

tidak inginnya berlarut-larut dari masalah yang ada. Dari sekian masyarakat yang memilih untuk berpindah agama tidak semuanya juga yang memiliki pengalaman yang buruk.

Dilihat melalui pengalaman pribadi beberapa orang yang menjadi mualaf, awal mula bisa menjadi seorang mualaf itu ada beberapa faktor yang membuat mereka yakin untuk memeluk agama Islam yaitu dari lingkungan dimana mereka banyak berteman atau bergaul dengan seorang muslim, ada rasa kenyamanan tersendiri bagi diri mereka saat mendengarkan orang-orang disekitar mereka bercerita tentang agama Islam dan mulailah membuat mereka ini menjadi tertarik tentang agama Islam dan ingin mengetahuinya lebih dalam.

Setelah banyak membaca dan mendengarkan ceramah-ceramah agama ataupun cerita dari beberapa orang yang beragama Islam, mereka yang tadinya non muslim ingin menjadi muslim dan timbullah keinginan yang kuat untuk menjadi mualaf. Sebelum mereka mengucapkan 2 kalimat syahadat, mereka memberitahu kepada

orangtua mereka ataupun keluarga mereka tentang keinginan mereka yang ingin memeluk agama Islam (Mualaf).

Beberapa diantaranya mendapatkan persetujuan dan menyerahkan seluruh hak atas mereka sendiri, tetapi sebagian lagi ada yang tidak mendapatkan persetujuan dari pihak keluarga maupun orangtua mereka atas apa yang mereka inginkan. Sesudah menjadi mualaf mereka sangat nyaman dengan keadaan mereka sekarang, merasakan sesuatu yang baru didalam hidup mereka dan mereka sangat menikmati keputusan mereka menjadi mualaf.

Permasalahan tidak berhenti begitu saja, saat mualaf sudah merasa nyaman memeluk agama Islam godaan dan pengaruh dari luar diri mualaf seringkali menjadikan mualaf goyah pada keyakinannya. Pengaruh tersebut muncul dari berbagai cara misalnya ada yang mendapat bujukan dari pihak keluarga untuk kembali melakukan ibadah sama seperti agama sebelumnya, kebiasaan lama yang tidak sesuai dengan ajaran islam, misalnya cara berpakaian dan beribadah, tidak

adanya dukungan dari orang-orang terdekat dalam mengajarkan ilmu-ilmu agama yang baru. Dari beberapa peristiwa tersebut seseorang yang baru saja memeluk agama islam, sangatlah penting baginya untuk mempelajari, mengetahui dan memahami agama yang baru dianutnya. Oleh karena itu seorang mualaf sangat perlu mengikuti pembinaan khusus untuk membantu proses memperkenalkan agama Islam dan memberi pematapan dengan penuh keyakinan pada agama Islam yang baru dianutnya.

Dalam pembinaan mualaf, komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting agar ajaran-ajaran Islam yang diterima bisa menjadi lebih mantap. Oleh karena itu komunikasi yang dilakukan pembina sangatlah berpengaruh pada perubahan pemikiran serta pandangan terhadap pemahaman dan pengetahuan yang dipelajari oleh mualaf. Namun tidak hanya itu, demi terciptanya komunikasi yang efektif dan pembinaan yang optimal, pengurus harus memiliki strategi dan metode pembinaan agar

apa yang disampaikan dalam masa pembinaan dapat berhasil.

Komunikasi pembina tidak hanya dilakukan secara verbal saja namun terkadang komunikasi nonverbal juga mampu meningkatkan pemahaman mualaf. Komunikasi yang digunakan bersifat mengajak dan membujuk, dengan kata lain pembinaan yang dilakukan bersifat komunikasi persuasif secara psikologis agar mualaf dapat tetap tegar, teguh dan konsisten memilih agama Islam dan menjadi mualaf yang mandiri, bertaqwa serta istiqomah dalam keagamaannya juga mandiri dalam sosial ekonominya.

Masjid Raya An Nur Provinsi Riau yang berada di Jalan Hang Tuah Pekanbaru, merupakan salah satu ikon kota Pekanbaru dan merupakan kebanggaan masyarakat muslim di Provinsi Riau. Sebagai sebuah lembaga Masjid Raya An Nur memiliki wadah pengelolaan program dan kegiatan yaitu Badan Kesejahteraan Masjid Raya An Nur yang selanjutnya disingkat menjadi BKMR An Nur. Salah satu kegiatan yang ada di Sekretariat BKMR An Nur ini adalah Unit Kegiatan Pembinaan Mualaf

yang berada di bawah Bidang Imarah (Mualaf Center Pekanbaru).

Unit Kegiatan Pembinaan Mualaf terbentuk untuk memenuhi kebutuhan pelayanan dan informasi terkait dengan banyaknya saudara-saudari non muslim yang berniat untuk memeluk agama Islam (Mualaf). Seiring bertambahnya jumlah Mualaf yang berasal dari dalam dan luar kota Pekanbaru, serta bertambahnya kebutuhan pelayanan informasi pembinaan lanjutan, maka pada tahun 2016 dibentuklah unit kegiatan Pembinaan Mualaf yang selanjutnya diberi nama Mualaf Center Badan Kesejahteraan Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau (Mualaf Center BKMR An-Nur Prov. Riau). Berdasarkan data base registrasi jumlah mualaf yang terdaftar dan disyahadatkan oleh Mualaf Center BKMR AN Nur Provinsi Riau sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Mualaf pada tahun 2016-2019

N o	Tahun	Jenis Kelamin	Jumlah	Jumlah Total
1.	2016	Ikhwan (Laki-laki) Akhwat (Perempuan)	36 52	88
2.	2017	Ikhwan (Laki-laki) Akhwat (Perempuan)	41 60	101
3.	2018	Ikhwan (Laki-laki) Akhwat (Perempuan)	55 57	112
4	2019	Ikhwan (laki-laki) Akhwat (Perempuan)	46 59	105

Sumber: Mualaf Center Pekanbaru

Jumlah keseluruhan Mualaf yang terdaftar dan di syahadatkan sampai 31

Desember 2019 adalah sebanyak 406 orang. Mualaf yang masih berada di Kota Pekanbaru dan bisa dihubungi hanya sekitar 30%. Sebagian besar para Mualaf pindah domisili keluar kota Pekanbaru, bekerja di luar Riau, dan ada kembali ke negara asal (WNA). Ada beberapa yang terputus komunikasi (*lost contact*) karena ganti nomor ponsel dan ada yang dipaksa pulang oleh keluarga (dimurtadkan).

Kegiatan Pembinaan Mualaf dilaksanakan 4 (empat) kali dalam satu bulan setiap hari Ahad (Minggu). Materi pembinaan disusun secara tentatif dengan menghadirkan ustadz-ustadz pembina Mualaf Center BKMR An-Nur atau dengan menghadirkan ustadz tamu sebagai variasi materi pembinaan. Kegiatan Pembinaan terdiri dari Materi tematik (Aqidah, Syari'ah, Fiqih); Belajar Iqra'; dan diskusi umum.

Kehadiran mualaf yang mendapatkan pembinaan setiap minggunya berubah-ubah, hal ini disebabkan bermacam-macam kendala, tingkat kehadiran mualaf tersebut menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan pembinaan mualaf pada mualaf center

Pekanbaru. Apabila pembinaan mualaf dinyatakan tidak berhasil maka akan banyak mualaf yang tidak lulus ujian pengambilan sertifikat mualaf yang juga sebagai penanda tingkat keimanan seorang mualaf, bahkan jika pembinaan tidak berhasil, tidak menutup kemungkinan mualaf akan kembali kepada agama sebelumnya.

Berangkat dari banyaknya fenomena pembinaan mualaf tersebut mengindikasikan adanya komunikasi yang baik antara pembina dan mualaf. Komunikasi yang berisikan informasi tentang islam, pembelajaran serta komunikasi yang bersifat persuasif agar mualaf tetap teguh dalam mempelajari islam sehingga dapat meningkatkan keyakinan seorang mualaf, hal ini mendorong peneliti untuk memutuskan mengambil topik mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan antara pembina dan mualaf dalam penelitian kali ini dengan judul penelitian, Komunikasi persuasif pembina dalam meneguhkan keyakinan mualaf pada mualaf center Pekanbaru.

Deddy Mulyana dalam (Suranto, 2011: 32) mengemukakan bahwa

komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal tidak hanya dengan apa yang dikatakan, yaitu bahasa yang digunakan, tapi bagaimana dikatakan misalnya non-verbal pesan yang dikirim, seperti nada suara dan ekspresi wajah. Ketika dua atau lebih orang berada di tempat yang sama dan menyadari kehadiran satu sama lain, maka komunikasi dikatakan langsung, tidak peduli seberapa halus atau disengaja (Hartley, 2009: 34).

Secara spesifik pada komunikasi persuasi, maka Burgon dan huffner meringkas beberapa pendapat dari beberapa ahli mengenai definisi komunikasi persuasi sebagai berikut, Pertama, Proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator. Kedua, Proses Komunikasi yang mengajak dan membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap,

keyakinan dan pendapat sesuai keinginan komunikator tanpa adanya unsur paksaan.

Dari beberapa definisi komunikasi yang di kemukakan oleh para ahli, tampak bahwa persuasi merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang baik secara verbal maupun non verbal.

Teknik Komunikasi Persuasif

Salah satu faktor pendukung yang sangat penting agar terwujudnya tujuan dan sasaran komunikasi persuasif adalah penggunaan teknik yang relevan, sistematis dan sesuai dengan situasi dan kondisi komunikasi. Teknik komunikasi persuasif adalah suatu cara yang ditempuh oleh komunikator dalam melaksanakan tugasnya, yakni mengubah sikap dan tingkah laku komunikasi baik melalui lisan, tulisan maupun tindakan. Dengan demikian, maka komunikasi bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati, suka rela dan tanpa dipaksa oleh siapa pun. Kesediaan itu timbul dari komunikasi sebagai akibat terdapatnya

dorongan atau rangsangan tertentu yang menyenangkan.

Komunikasi persuasif, sebagai salah satu metode komunikasi sosial, dalam penerapannya menggunakan beberapa teknik. Effendy menyebutkan sedikitnya terdapat lima teknik yang termasuk ke dalam kategori persuasif, yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran (*pay off technique*), teknik tataan (*icing technique*), dan teknik *red-herring*.

Proses Komunikasi Persuasif

Persuasi adalah bentuk penanaman pengaruh yang bisa berwujud apapun, mulai dari keyakinan, sikap, maksud, dan motivasi. Persuasi adalah bagian tidak terpisahkan dari proses komunikasi individu, seorang pengirim pesan (*sender*) berusaha untuk memberikan dan memperbesar pengaruh pesan yang di sampaikan kepada penerima pesan (*receiver*). Persuasi adalah sebuah proses yang bertujuan untuk mengubah sikap atau perilaku individu baik secara personal maupun kelompok terhadap satu buah isu, tema, peristiwa atau objek yang

lainnya baik bersifat abstrak seperti ide atau sesuatu yang actual seperti produk yang di gunakan. Usaha ini di lakukan baik dengan melalui jalur verbal atau nonverbal dengan cara mengonversi informasi,perasaan,atau alasan atau kombinasi semuanya ke dalam bentuk lain yang dapat di terima oleh si penerima pesan (Maulana, 2012: 25)

Mualaf

Kata mualaf berasal dari bahasa arab yang berarti tunduk, menyerah dan pasrah. Sedangkan dalam pengertian Islam Mualaf adalah orang yang baru masuk agama Islam dalam beberapa tahun dan masih awam dalam pemahaman ilmu agama. Seseorang yang telah masuk Islam karena pilihan tentunya telah mengalami pergualatan batin yang sangat hebat dan memiliki pertimbangan yang sangat matang dia harus menundukkan hati jiwa dan raganya untuk dapat menerima dan meyakini kebenaran baru dan juga harus mempertimbangkan aspek-aspek ekonomi dan social sebagai konsekuensi atas pilihannya tersebut.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kualitatif yaitu metode yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam (*in-depth analysis*), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metodologi kualitatif yakin bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya. Tujuan dari metodologi ini bukan suatugeneralisasi tetapi pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah. Penelitian kualitatif berfungsi memberikan kategori substantif dan hipotesis penelitian kualitatif.

Dalam hal ini menurut Sukmadinata (2012: 34), dasar penelitian kualitatif merupakan konstruktivisme yang beramsusi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu.

Peneliti bertujuan untuk memperoleh pemahaman komunikasi persuasif pembina dalam meneguhkan keyakinan mualaf secara rinci dalam bentuk kata-kata, berisi kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif Pembina dalam Meneguhkan Keyakinan Mualaf pada Mualaf Center Pekanbaru

Untuk mencapai tujuan dan indikator komunikasi persuasif program pembinaan Mualaf, maka ada beberapa unsur-unsur komunikasi persuasif yaitu: *Persuader* sebelum melakukan komunikasi atau menyampaikan pesan kepada anggota Mualaf untuk mencapai tujuan Komunikasi persuasif yang telah di tentukan maka, *Persuader* perlu untuk melakukan analisis psikologi *persuadee*, analisis psikologi *Persuadee* terkait aspek kognitif baik itu terkait dengan pengetahuan yang di miliki, cara berfikir dalam menerima informasi, pengalaman rasa *Persuadee*, kebutuhan

Persuadee, pengalaman serta nilai-nilai yang tertanam dalam diri *Persuadee* dan faktor situasional yaitu lingkungan baik lingkungan tempat ia tinggal, lingkungan keluarga dan berkerja. *Output* dari analisis faktor psikologi dan faktor situasional *Persuadee* adalah yang pertama bisa menjadi rekomendasi atau pijakan dalam menentukan syarat-syarat yang harus di miliki oleh *Persuader* atau Pembina Mualaf.

Kedua sebagai pijakan atau rekomendasi dalam pembuatan dan penyampaian pesan. Pembuatan pesan terkait dengan materi sekaligus rancangan pesan baik pemilihan kata dan kalimat yang akan di sampaikan kepada *Persuadee*, sedangkan penyampaian pesan terkait dengan teknik atau metode yang di gunakan oleh *Persuader* dalam mentransmisikan pesan atau informasi kepada *Persuadee* memenuhi prinsip-prinsip komunikasi persuasif.

Analisa Penulis, kurikulum materi ibadah juga sesuai dengan kondisi kebutuhan anggota Mualaf, setelah mereka mendapatkan materi

akidah, ketauhidan maka langkah berikutnya anggota Mualaf mendapatkan materi perihal ibadah, ibadah di sini lebih di tekankan pada teknis pelaksanaan shalat baik dalam pelafalan bacaan shalat, gerakan shalat yang benar. Pesan atau materi ibadah yang di berikan kepada anggota Mualaf sudah sesuai dengan kondisi kebutuhan dan pengetahuan yang di miliki *persuadee* dan selaras, sesuai dengan tujuan Komunikasi persuasif.

Seperti yang di jelaskan pada kerangka konseptual bahwa salah satu tujuan komunikasi persuasive adalah mengubah tanggapan, dalam proses pembentukan sikap dan tanggapan, *persuader* harus mampu mempertalikan antara gagasan atau produk baru dengan nilai-nilai yang telah melekat dalam sistim masyarakat atau sasaran. Penguatan tanggapan adalah terdapatnya kesinambungan perilaku yang sedang beralngsung saat ini terhadap beberapa produk, gagasan dan isu. Perubahan tanggapan adalah perubahan tanggapan sasaran persuasi untuk mengubah perilaku mereka terhadap suatu produk, konsep dan

gagasan. Analisa penulis bahwa isi dan susunan pesan atau materi program pembinaan Mualaf sudah memasukkan asumsi nilai-nilai yang telah melekat dalam diri *Persuadee* yakni anggota Mualaf center BKMR An Nur.

Pemilihan media yang tepat di dalam komunikasi persuasif program pembinaan Mualaf di dasarkan pada bentuk komunikasi yang di lakukan oleh Pembina mualaf. Ada berbagai macam bentuk komunikasi yang di lakukan di dalam program pembinaan Mualaf yakni ada dua macam yaitu komunikasi kelompok dalam bentuk forum dan komunikasi personal dalam bentuk konsultasi.

Teknik Komunikasi Persuasif Pembina dalam Meneguhkan Keyakinan Mualaf pada Mualaf Center Pekanbaru

Effendy menyebutkan sedikitnya terdapat lima teknik yang termasuk ke dalam kategori persuasif, yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran (*pay off technique*), teknik tatahan (*icing technique*), dan teknik *red-herring*. Terhadap kelima teknik

tersebut, dapat diberi penjelasan sebagai berikut:

- Teknik Asosiasi. Pembina melakukan teknik mencontohkan yaitu memberikan pandangan kepada mualaf tentang gambaran suatu kejadian sebagai salah satu contoh sebab akibat apabila melakukan hal-hal yang dilarang dan mendatangkan kerugian bagi umat muslim. Sedapat mungkin contoh tersebut dekat dengan kehidupan sehari-hari bahkan sedang hangat dibicarakan dalam lingkungan sosial masyarakat, sehingga dapat menarik minat mualaf untuk mendengarkan dan memahami bahwa hal tersebut tidak patut ditiru.
- Teknik Integrasi. Membandingkan dengan cara menganalogikan kepada mualaf, pengetahuan mualaf disesuaikan dengan pemahaman atau logika yang bisa dicapai mualaf itu sendiri. Karena mualaf yang sudah masuk islam dan

mempelajari ajaran islam, mereka tidak berangkat dengan pengetahuan yang kosong. Mereka membawa pengetahuannya sendiri, bisa dari pengalaman selama menjadi non-muslim, bisa karena pengetahuan, jadi pembina harus bisa menganalogikan, memberikan perbandingan jika mereka mengikuti syariat maka akan terhindar dari maksiat dan akan terhindar dari dosa terhindar dari kemurkaan Allah.

- Teknik Ganjaran (*pay off technique*). Jika merujuk kepada Alquran dan Hadis, maka tidak sulit ditemukan teknik komunikasi persuasif di mana Allah menyuruh manusia agar beriman dan beramal saleh dengan menjanjikan ganjaran surga bagi mereka jika melakukannya.
- Teknik tataan adalah persuasi dengan jalan mengadakan kebangkitan emosi (*emotional appeals*). Dengan teknik ini,

pesan ditata atau disusun sedemikian rupa agar dapat disampaikan lebih menarik perhatian dan minat komunikan. Tentang teknik pembinaan yang menyentuh hati mualaf. Dalam teknik ini tidak sama bagi setiap mualaf. Ada yang bisa disentuh dengan humor, kesedihan, bicara yang santai seperti dengan teman sendiri atau anak sendiri. Penting halnya bagi pembina untuk mengerti keadaan psikologis mualaf atau lawan bicaranya. Saat pembinaan berkelompok atau pertemuan rutin maka teknik menyentuh bisa diterapkan secara menyeluruh, namun efeknya tidak sebesar pembinaan secara personal. Semua tergantung dengan mualafnya masing-masing. Tidak menggunakan bahasa yang menyinggung, membentak, menghina. Memakai bahasa yang menyenangkan, intonasi yang menenangkan dan raut wajah yang meneduhkan.

Dengan itu bisa menyentuh hati mualaf dengan baik.

- Teknik *Red-Herring*. Anggota Mualaf center BKMR An Nur selain mengikuti forum pembinaan Mualaf, mereka juga aktif mengikuti kajian di masjid An Nur, Mendengarkan ceramah di TV, dan pengamatan terhadap realitas kehidupan sehari-hari. Pencarian informasi seputar agama di lakukan oleh anggota Mualaf untuk mendukung kepercayaan, keyakinan dan opini mereka, misalnya ada sesuatu yang janggal atau informasi yang tidak sesuai dengan keyakinan mereka akan mengkroscekkan dengan Pembina Mualaf misal masalah akidah maupun ibadah.

SIMPULAN

- Unsur-unsur komunikasi persuasif pembina dalam meneguhkan keyakinan mualaf pada mualaf center Pekanbaru adalah:
 - Persuader: Pembina sebagai Persuader terdiri dari 2 orang

pembina tetap dan 2 orang pembina tidak tetap serta 1 orang administrasi sekaligus pembina masing-masing dibagi pembina materi aqidah dan ibadah serta konseling, memiliki kredibilitas sebagai seorang pengajar atau pembina (memahami ilmu agama), memiliki motivasi yang tinggi dalam melakukan pembinaan.

- Persuadee Mualaf: motivasi yang beragam dari mualaf dalam memeluk islam memungkinkan pembina harus menguasai cara komunikasi persuasif dengan berbagai pendekatan.
- Pesan: isi pesan yang di buat sudah sesuai dengan kebutuhan Para Anggota Mualaf, karena secara pengetahuan Mualaf terhadap islam sangat nol, dalam arti kerangka pemikiran atau *epistemology* sangat dasar dalam memahami ajaran agama islam.
- Media: Media yang digunakan selain komunikasi secara langsung adalah komunikasi dalam forum dengan menggunakan buku

panduan tuntunan sholat serta komunikasi menggunakan media massa, WhatsApp dan telepon.

- Umpan Balik: Mualaf memberikan umpan balik dengan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelum pertemuan dengan pembina.
- Efek: Efek komunikasi persuasif pembina pada mualaf yaitu semakin teguhnya keyakinan mualaf dengan tidak kembali ke agamanya semula, menjalankan syariat islam dengan menggunakan pakaian yang tertutup (hijab) dan sopan, berakhlak yang baik, beraqidah dan beradab.
- Teknik komunikasi persuasif pembina dalam meneguhkan keyakinan mualaf pada mualaf center Pekanbaru:
 - Teknik asosiasi. Pembina melakukan teknik mencontohkan yaitu memberikan pandangan kepada mualaf tentang gambaran suatu kejadian sebagai salah satu contoh sebab akibat apabila

melakukan hal-hal yang dilarang dan mendatangkan kerugian bagi umat muslim.

- Teknik Integrasi. Membandingkan dengan cara menganalogikan kepada mualaf, pengetahuan mualaf disesuaikan dengan pemahaman atau logika yang bisa dicapai mualaf itu sendiri.

- Teknik Ganjaran. Jika merujuk kepada Alquran dan Hadis, maka tidak sulit ditemukan teknik komunikasi persuasif di mana Allah menyuruh manusia agar beriman dan beramal saleh dengan menjanjikan ganjaran surga bagi mereka jika melakukannya.

- Teknik Tataan. Tentang teknik pembinaan yang menyentuh hati mualaf. Dalam teknik ini tidak sama bagi setiap mualaf.

- Teknik *red-herring*. Anggota Mualaf center BKMR An Nur selain mengikuti forum pembinaan Mualaf, mereka juga aktif mengikuti kajian di masjid An Nur, Mendengarkan ceramah di TV, dan pengamatan terhadap realitas kehidupan sehari-hari.

- Faktor Pendukung komunikasi persuasif pembina dalam meneguhkan keyakinan mualaf pada mualaf center Pekanbaru

- Tingginya motivasi pembina.
- Adanya semangat dari mualaf untuk mengikuti pembinaan.
- Proses dan syarat administrasi yang cukup mudah dan akses informasi yang mudah didapatkan.
- Adanya dukungan dari pengurus masjid dalam proses pengsyahadatan.

- Faktor Penghambat komunikasi persuasif pembina dalam meneguhkan keyakinan mualaf pada mualaf center Pekanbaru:

- Kurangnya minat awal mualaf dalam mengikuti pembinaan.
- Kurangnya tenaga pembina dalam pembinaan mualaf.
- Kurangnya fasilitas belajar seperti Al-Quran dan alat sholat seperti mukena.

SARAN

Adapun saran yang dapat penulis berikan dari penelitian ini adalah:

- Unsur-unsur komunikasi persuasif pembina dalam meneguhkan keyakinan mualaf pada mualaf center Pekanbaru sudah memenuhi segala unsur, namun untuk persuader diharapkan berintegrasi antara pembina dan pengurus mualaf center, sehingga mualaf center Pekanbaru dapat berkembang menjadi pusat mualaf di Riau dan semakin luas hingga mencapai seluruh daerah di provinsi Riau.
- Teknik komunikasi persuasif pembina dalam meneguhkan keyakinan mualaf sudah sangat bagus, namun perlu di tingkatkan

lagi pengaplikasiannya, sehingga semakin banyak lagi mualaf yang tertarik dalam mengikuti program pembinaan pada mualaf center Pekanbaru.

- Faktor Pendukung pada penelitian ini cukup signifikan namun masih perlu ditingkatkan lagi, diharapkan kepada pengurus untuk mencari dukungan kepada pihak-pihak terkait dan ber integrasi dengan Mualaf Center Indonesia agar memperluas jaringan mualaf.
- Faktor penghambat yang ada saat ini diharapkan akan segera teratasi dan mendapatkan solusi yang tepat dalam mengatasinya, dengan cara mencari dukungan dari berbagai elemen masyarakat, ustadz dan beberapa kalangan yang dirasa dapat membantu mualaf center untuk berkembang. Diharapkan dapat segera mendapat donatur untuk melancarkan kegiatan pembinaan pada mualaf center Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Burgon & Huffner. 2009. *Human Communication*. London: Sage Publication
- Danim, Sudarwan. 2011. *Menjadi Peneliti kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia
- Darin E. Hartley, 2001. *Selling E-Learning*, American Society for Training and Development.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Departemen Agama RI, 2009. *Al-Qur'an dan dan Terjemahnya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- DeVito, Joseph A. (2013) . *The Interpersonal Communication*. Book.edisi 11. Pearson Educations, Inc
- Effendy, Onong Uchjana. 2010. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Muhammad, Arni, 2012, *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara: Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Rakhmat, Jalaludin. 2010. *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*. Bandung: PT. Mizan
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsep Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Perseda. Jakarta
- Sugiyono, 2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : CV. Alfabeta.
- Tim MKD IAIN Sunan Ampel, 2011. *Akhlak Tasawuf*. IAIN SA Press. Surabaya.
- Widjaya. 2010. *Ilmu Komunikasi, Pengantar Studi*. Rineka Cifta, Jakarta.
- Jurnal:
- Al-Baydawi, Abdullah bin 'Umar, *Anwar at-Tanzil wa Asrar at-Ta'wil*, Jld. I, ditahqiq oleh Aburrahman al-Mir'asyly, (Beirut: Dar Ihya' at-Turats Al-'Arabi 1418H), hlm. 38
- Muhammad Ibnu Mukrim Ibn Manzur Al-Afriki Al-Misri. *Lisan al-Arabi* (Beirut: dar sodir), hlm. 21

- Muhammad Nawawi Al-Jawi, *Tafsir Uunir, Marah Labid*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011), hlm. 8
- Muhammad Shidqi 'Athori, *al-Mu'jam al-Mufahros li Ahfadz Al-Qur'an al-Karim*, (Beirut: Dar Fikr, 2010). Hlm 14-20
- M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an: Memfungsikan Wahyu dalam Kehidupan*, jilid II (Tangerang: Lentera Hati, 2010), hlm. 18
- Tan, N. M., Poa, A., & Sham, F. (2009). Keperluan Memahami Psikologi Saudara Muslim. *Jurnal Hadhari: An International Journal*, 1(2), 83-97.
- Zaini, Syahminan, *Kuliah Aqidah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hlm. 51
- Internet:
<http://mualaf.com/tujuan/pengertian-mualaf/>
- Mualaf Center Indonesia, "Pengertian Mualaf" dalam <http://mualaf.com/tujuan/penger> tian- HYPERLINK "http://mualaf.com/tujuan/pengertian-mualaf/" mualaf/ (16 Januari 2019).
- <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/hikmah/14/01/13/mzbetu-hari-ini-islam-jadi-agama-terbesar-di-dunia>
- [http://mualaf.com/data-mualaf/Audi Yudhasmara,"Data Penduduk terkini Pemeluk Agama Islam di Dunia dalam https://islamislami.com/2015/11/27/26420/](http://mualaf.com/data-mualaf/Audi_Yudhasmara,\) (16 Januari 2019).
- Departemen Agama RI Ditjen Bimas Islam dan urusan Haji Proyek Peningkatan Tenaga Keagamaan "Pedoman Pembinaan Mualaf" dalam <http://simbi.kemenag.go.id/pustaka/images/materibuku/Pedoman%20Pembinaan%20Mualaf.pdf> (16 Januari 2019).