

**MANAJEMEN KOMUNIKASI MUALAF CENTER YOGYAKARTA  
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN BERAGAMA ISLAM  
MUALAF**



**Oleh:**

**Fikriyatul Islami Mujahidah**

**NIM: 21202011019**

**TESIS**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA**

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

**YOGYAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN



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

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-593/Un.02/DD/PP.00.9/04/2023

Tugas Akhir dengan judul : Manajemen Komunikasi Mualaf Center Yogyakarta dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Islam Mualaf.

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FIKRIYATUL ISLAMI MUJAHIDAH, S.Sos  
Nomor Induk Mahasiswa : 21202011019  
Telah diujikan pada : Jumat, 24 Maret 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I  
Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 642b77223106d



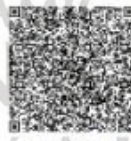
Penguji II  
Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum  
SIGNED

Valid ID: 6421408bc22c7



Penguji III  
Dr. H. M. Kholili, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 642bdf6ccca7d



Yogyakarta, 24 Maret 2023  
UIN Sunan Kalijaga,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Hj. Marhamah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 642cc88f4d1

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fikriyatul Islami Mujahidah  
NIM : 21202011019  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan merupakan hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada beberapa bagian yang merujuk pada sumber tertentu. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan merupakan karya asli saya sendiri, maka saya siap menerima konsekuensi sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 09 Maret 2023

Saya yang menyatakan,



Fikriyatul Islami Mujahidah, S.Sos.

NIM: 21202011019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fikriyatul Islami Mujahidah  
NIM : 21202011019  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap menerima konsekuensi sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 09 Maret 2023

Saya yang menyatakan,



Fikriyatul Islami Mujahidah, S.Sos.

NIM: 21202011019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS

Kepada Yth.,

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

*Assalamualaikum wr.wb.*

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

### **MANAJEMEN KOMUNIKASI MUALAF CENTER YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN BERAGAMA ISLAM MUALAF**

Oleh

Nama : Fikriyatul Islami Mujahidah  
NIM : 21202011019  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

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

*Wassalamualaikum wr.wb*

Yogyakarta, 09 Maret 2023

Pembimbing,

  
Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si.



## ABSTRAK

Fikriyatul Islami Mujahidah NIM 21202011019. Manajemen Komunikasi Mualaf Center Yogyakarta dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Islam Mualaf.

Penelitian ini berangkat dari refleksi keresahan yang dirasakan oleh para mualaf ketika baru memeluk agama Islam. Data penelitian tahun 2019 di Yogyakarta memaparkan bahwa banyak mualaf yang kembali ke agama asalnya karena mengalami diskriminasi dan kebingungan dengan perubahan pola hidup yang dirasakan. Mualaf Center Yogyakarta hadir sebagai wadah bagi para mualaf untuk belajar agama Islam dan bernaung dari masalah yang dihadapi setelah menjadi mualaf. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen komunikasi Mualaf Center Yogyakarta dalam meningkatkan kesadaran beragama mualaf dan bagaimana perubahan kesadaran beragama Islam mualaf yang berada di bawah naungan Mualaf Center Yogyakarta.

Penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *field reserch* dan pemaparan data deskriptif. Subjek penelitian ditentukan melalui teknik purposive dimana subjek dipilih langsung sesuai dengan kebutuhan penelitian. Subjek tersebut antara lain adalah ketua, pengurus, relawan, dan mualaf yang ada di Mualaf Center Yogyakarta. Sumber data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penulis menggunakan teori manajemen komunikasi Parag Diwan yang menggunakan berbagai sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi serta menggunakan teori kesadaran beragama Abdul Aziz yang dapat melihat kesadaran beragama seseorang dari beberapa aspek.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen komunikasi di Mualaf Center Yogyakarta terdiri dari perencanaan komunikasi, pengorganisasian, implementasi komunikasi, dan pengawasan dengan program andalan satu mualaf satu pendamping. Pengurus lebih banyak menggunakan komunikasi non formal dan informal dengan pendekatan komunikasi kekeluargaan kepada mualaf. Di dalam menjalankan tanggung jawabnya, pengurus menekankan pada komunikasi profetik dan dinamika kultural. Mualaf Center Yogyakarta adalah lembaga non profit sehingga pengurus tidak mendapatkan gaji, akan tetapi tetap menjalankan kewajiban dengan penuh tanggung jawab karena motivasi ketuhanan yang tinggi dengan niat memperoleh balasan di akhirat kelak. Peningkatan kesadaran beragama Islam mualaf terlihat dari aspek kognitif dan motorik, yakni perilaku ibadah shalat dan puasa mualaf yang meningkat serta memiliki akhlakul karimah.

Kata Kunci: Manajemen Komunikasi, Mualaf, Kesadaran Beragama

## **ABSTRACT**

Fikriyatul Islami Mujahidah NIM 21202011019. Communication Management of Mualaf Center Yogyakarta to Raise Islamic Consciousness of Mualaf.

The study departed from the reflection of anxiety felt by converts to Islam for the first time. Research data done in Yogyakarta in 2019 states that mualaf had a hard time learning Islam deeply after it became converted. Therefore, Mualaf Center Yogyakarta present as a container for converts to learn about Islam and from the problems faced after becoming mualaf. The research aims to find out how communication management of Mualaf Center Yogyakarta raise mualaf's Islamic consciousness and how the Islamic consciousness changes that's under the shelling Mualaf Center Yogyakarta.

In this study, the author uses qualitative methods with the field research approach and descriptive data exposure. Research subjects are determined by purposive techniques in which subjects are directly selected according to the research needs. They include chairmen, managers, volunteers, and mualaf at the Mualaf Center Yogyakarta. Data sources are collected through interviews, observation, and documentation. The writer uses Parag Diwan's communication management theory that uses different communication resources to achieve the organization's goals and using the Abdul Aziz's theory of religious consciousness that can see a person's sense of reality from several aspects.

Research shows that communication management at the Mualaf Center Yogyakarta is made up of communication planning, organization, implementation of communications, and supervision with a single convert to cooperation program. Officials are using more formal and informal communication with a familial approach to converts. In the performance of his responsibilities, the steward emphasizes on professional communication and cultural dynamics. Mualaf Center Yogyakarta converted center is a nonprofit institution so that the steward does not get paid, but continues to act responsibly on account of the higher motivations of deity with a view to recompense in the next world. The increased mualaf of Islam is reflected in the cognitive and motoric aspects of religious and religious prayer and fasting, which are increasing and have a good attitude.

**Keywords:** Communication Management, Convert, Religious Consciousness

## MOTTO

خَيْرُكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

*“Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia lainnya.”*

H.R Ahmad

لَا تَغْضَبْ وَ لَأَكِ الْجَنَّةُ

*“Jangan marah, maka bagimu surga.”*

H.R Ibnu Abid Dunya



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## PERSEMBAHAN

Seraya melantunkan puji syukur kepada Allah SWT, penulis dengan penuh rasa syukur mempersembahkan karya tesis ini kepada:

Diri saya sendiri yang telah berusaha sampai sejauh ini sehingga berhasil menyelesaikan karya tesis untuk meraih gelar Magister (S2).

*Ayahanda Hasyim Asy'ari dan Ibunda Siti Harliyah* atas seluruh doa, motivasi, dukungan finansial, dan segalanya yang tiada tara dan tanpa pamrih.

Adik-adik tercinta, para perempuan hebat calon bidadari surga; *Imroatul Islami Syakurah*, ahli kitab dan tafisr yang menempuh pendidikan di Turki, *Untsa Islami Qunana*, sejarawan yang menempuh pendidikan di UIN KHAS, *Sufaiorh Islami Tazkiyya* yang menempuh pendidikan akhirat, calon *hafidzoh muda*.

Almamater tercinta;  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga  
Pondok Pesantren Ali Maksum, Krpyak, Yogyakarta

## KATA PENGANTAR

Seiring dengan selesainya karya tesis berjudul “*Manajemen Komunikasi Mualaf Center Yogyakarta dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Islam Mualaf*”, penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas kasih sayang dan ridho-Nya sehingga karya ini dapat selesai. Shalawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada sang revolusioner sejati, baginda besar Nabi Muhammad saw, keluarga, sahabat, serta seluruh umat Islam di seluruh dunia.

Karya tesis ini merupakan bentuk karya ilmiah yang yang dihasilkan melalui penelitian lapangan yang dilakukan sendiri oleh penulis. Penelitian ini secara teoritis merupakan sumbangan pemikiran baru untuk disiplin ilmu komunikasi. Di samping itu, karya tesis ini disusun dalam rangka memenuhi syarat bagi penulis untuk meraih gelar Magister Sosial dengan diajukan kepada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga.

Selama proses penyusunan tesis ini penulis menerima banyak uluran tangan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis secara khusus menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tidak pernah berhenti melimpahkan kasih dan sayang setiap saat di dalam berbagai situasi, terkhusus selama proses pengerjaan karya tulis tesis ini.
2. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Prof. Dr. Phil Al Makin, M.A.

3. Dr. Hamdan Daulay., M.Si., M.A., selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga yang begitu baik dan perhatian kepada para mahasiswanya.
4. Dosen Pembimbing Tesis, Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si., yang selalu sabar meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan koreksi dan bimbingan hingga tesis ini selesai.
5. Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum., selaku Dosen Penasehat Akademik yang banyak memberikan masukan selama proses pengajuan judul tesis.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff Tata Usaha Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga, khususnya Bapak Muchammad Choirudin, S.Pd., yang selalu ringan tangan dan sabar membantu.
7. Bapak Doni selaku ketua Mualaf Center Yogyakarta dan seluruh pengurus serta para mualaf di Mualaf Center Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan banyak bantuan bagi penulis dalam melakukan penelitian.
8. Ibunda tercinta, Siti Harliyah dan ayahanda, Drs. Hasyim Asy'ari yang doanya tidak pernah berhenti mengalir serta senantiasa memberikan motivasi dan dukungan finansial tanpa kenal pamrih.
9. Bapak K.H Khoirul Fuad, Ibu Nyai. Hj. Dinazad Attabik, Ibu Nyai. Hj. Attiyah Attabik, dan Ibu Nyai. Hj. Durrotun Nafisah selaku pengasuh pondok pesantren Ali Maksum.
10. Seluruh pembimbing pondok pesantren Ali Maksum yang selalu pengertian memberikan ruang bagi penulis menyelesaikan tesis di tengah kesibukan mengajar dan membimbing anak-anak.

11. Ketiga adik kebanggaanku, Imroatul Islami Syakuroh, Untsa Islami Qun'ana, dan Sufairoh Islami Tazkiyya yang senantiasa memberikan semangat.
12. Teman-teman seperjuangan di Magister KPI 2021 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang tidak kenal lelah memberikan dukungan dan bantuan.

Yogyakarta, 06 Maret 2023

Penulis,



Fikriyatul Islami Mujahidah, S.Sos.

NIM: 21202011019



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iii
NOTA DINAS .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACK .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Manfaat Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka.....	5
E. Kerangka Teori.....	10
1. Manajemen Komunikasi.....	10
2. Kesadaran Beragama Islam Muallaf .....	20
F. Metode Penelitian.....	27

1. Jenis Penelitian .....	27
2. Objek dan Subjek Penelitian .....	28
3. Sumber Data .....	30
4. Metode Pengumpulan Data .....	31
5. Metode Analisa Penelitian.....	37
6. Validasi Data .....	38
G. Sistematika Pembahasan .....	39
<b>BAB II GAMBARAN UMUM MUALAF CENTER YOGYAKARTA.....</b>	<b>41</b>
A. Profil Mualaf Center Yogyakarta.....	41
B. Kerjasama dan Pendanaan Mualaf Center Yogyakarta.....	54
<b>BAB III MANAJEMEN KOMUNIKASI MUALAF CENTER YOGYAKARTA</b>	
.....	57
A. Perencanaan Komunikasi Mualaf Center Yogyakarta.....	58
1. Perencanaan Tujuan Komunikasi .....	61
2. Perencanaan Pesan Komunikasi.....	64
3. Perencanaan Komunikator.....	65
4. Perencanaan Media Komunikasi .....	70
5. Perencanaan Sasaran Komunikan .....	72
B. Pengorganisasian Mualaf Center Yogyakarta.....	80
1. Pengorganisasian Komunikator.....	82
2. Pengorganisasian Media dan Pesan Komunikasi .....	91
C. Implementasi Komunikasi Mualaf Center Yogyakarta .....	115
1. Komunikasi dengan Calon Mualaf.....	116
2. Komunikasi Pembinaan Agama Islam Mualaf.....	121
3. Komunikasi Penanganan Kasus Mualaf.....	129



4. Komunikasi Penguatan Agama Islam Mualaf.....	132
5. Media Komunikasi dan Publikasi Mualaf Center Yogyakarta.....	155
D. Pengawasan Komunikasi Mualaf Center Yogyakarta.....	169
1. Pengawasan Langsung dan Tidak Langsung.....	170
2. Evaluasi Komunikasi.....	174
BAB IV KESIMPULAN .....	187
A. Kesimpulan .....	187
B. Saran.....	188
DAFTAR PUSTAKA .....	189



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Poster Landasan Mualaf Center Yogyakarta .....	44
Gambar II. 2 Gedung Dakwah Mualaf Center Yogyakarta .....	52
Gambar II. 3 Pamflet Donasi Mualaf Center Yogyakarta.....	56
Gambar III. 1 Struktur Kepengurusan Mualaf Center Yogyakarta.....	84
Gambar III. 2 Poster Kajian Mumtaza .....	94
Gambar III. 3 Poster Kajian Majelis Hijrah .....	96
Gambar III. 4 Proses Hapus Tato .....	97
Gambar III. 5 Belajar Iqra' .....	101
Gambar III. 6 Buku Panduan Mualaf .....	112
Gambar III. 7 Pendampingan Mualaf .....	118
Gambar III. 8 Kajian Mumtaza .....	135
Gambar III. 9 Kajian Majelis Hijrah .....	137
Gambar III. 10 Program Kerja Sama Tebar 10000 Iqro' .....	140
Gambar III. 11 Kajian di Desa Binaan.....	148
Gambar III. 12 Akun Instagram Mualaf Center Yogyakarta .....	161
Gambar III. 13 Akun YouTube Mualaf Center Yogyakarta .....	163
Gambar III. 14 Akun TikTok Mualaf Center Yogyakarta .....	166
Gambar III. 15 Akun Facebook Mualaf Center Yogyakarta.....	167

SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Data survei Kementerian Agama tahun 2013 menyebutkan sejumlah 1.078 orang masuk Islam (mualaf) dan 112 orang keluar dari Islam (murtad)<sup>1</sup>. Di antara orang-orang yang keluar dari agama Islam adalah para mualaf yang tidak mendapat pendampingan setelah mengucapkan dua kalimat syahadat. Sebagaimana data penelitian di Yogyakarta menyebutkan bahwa banyak mualaf yang kembali ke agama asalnya<sup>2</sup>. Sejumlah *public figure* yang merupakan seorang mualaf juga kembali keluar dari Islam durasi waktu singkat. *Public figure* yang merupakan artis ternama, tersebut antara lain adalah Nafa Urbach, Jonas Rivanno, Ericko Lim, Steve Emmanuel, Kriss Hatta, dan deretan nama artis lainnya.

Fenomena ini terjadi tidak lain karena mualaf yang baru saja masuk Islam masih belum memiliki landasan yang kuat dan kesadaran beragama Islam yang masih rendah. Faktor-faktor tersebut menjadi penyebab seorang mualaf dengan mudah berpindah keyakinan lagi. Hal ini terjadi karena para mualaf tidak tahu harus bagaimana setelah mengucap syahadat. Selain itu para mualaf memiliki tantangan besar untuk mempertahankan

---

<sup>1</sup> [www.kemenag.go.id](http://www.kemenag.go.id) (diakses pada 04 Oktober 2022 pukul 19.50 WIB).

<sup>2</sup> Umniyyatul Ulya, "Peran Yayasan Mualaf Center Indonesia Dalam Membina Keagamaan Mualaf Di Depok," *Harmoni* 19, no. 1 (2020): 162–71.

keyakinannya terhadap Islam karena perubahan drastis dari non muslim menjadi seorang muslim. Saat berpindah agama biasanya seseorang akan mengalami diskriminasi baik dari lingkungan maupun dari keluarga sendiri, misalnya dicaci maki, dikucilkan, kehilangan orang terdekat, harus beradaptasi dengan budaya keagamaan yang baru, dan lain sebagainya<sup>3</sup>.

Fakta ini sudah seharusnya menjadi perhatian para umat muslim untuk merangkul para mualaf yang membutuhkan dukungan dalam menghadapi berbagai perubahan drastis dalam kehidupannya. Dukungan tersebut yakni dengan cara membimbing dan mendampingi untuk meningkatkan kesadaran beragama Islam. Namun sayangnya masih sedikit masjid atau organisasi masyarakat yang fokus terhadap pendampingan para mualaf<sup>4</sup>. Di antara sedikit lembaga keagamaan yang menjadi harapan para mualaf salah satunya adalah keberadaan *mualaf center*.

Dalam melaksanakan dakwah Islam untuk menguatkan kesadaran beragama kepada mualaf ini perlu adanya manajemen komunikasi agar hasil yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. Manajemen komunikasi sendiri sangat berperan penting untuk mencapai tujuan sebuah organisasi<sup>5</sup>. Terlebih lagi *mualaf center* berhubungan langsung dengan para mualaf yang masih awam dengan agama Islam sehingga memerlukan strategi yang baik dalam menyampaikan. Kesalahan dalam komunikasi tidak menutup kemungkinan

---

<sup>3</sup> Anton Widodo, "Urgensi Bimbingan Keagamaan Islam Terhadap Pembentukan Keimanan Mualaf," *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 1, no. 01 (2019): 66–90.

<sup>4</sup> Widodo.

<sup>5</sup> Dedi Sahputra, "Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)* 6, no. 2 (2020): 152–62.

akan menimbulkan dampak yang kurang baik sehingga memerlukan manajemen.

Dakwah kepada para mualaf ini salah satunya dilakukan oleh Mualaf Center Yogyakarta. Lembaga ini sudah berdiri sejak tahun 2014 dan merupakan organisasi keagamaan Islam yang tidak membedakan siapa saja yang ingin belajar Islam di sana, baik yang sudah menjadi muslim sejak lahir atau yang belum menjadi muslim. Mualaf Center Yogyakarta memiliki semangat berdakwah yang tinggi dan tak kunjung padam yang terlihat dari geliatnya selama 8 tahun yang terus masif dalam berdakwah.

Mualaf Center Yogyakarta telah mengsyahadatkan 178 orang pada tahun 2016 setelah melalui berbagai macam program pendampingan<sup>6</sup>. Lembaga ini juga telah melakukan 24 advokasi kasus selama tahun 2021 dan kini memiliki 3 desa binaan yang berada di Kulon Progo, Magelang, dan di kaki Merbabu<sup>7</sup>. Hal ini juga terlihat dari media sosial Instagram @mualafcenteryogyakarta yang sudah memiliki 30,2 ribu *followers* dan akun YouTube Mualaf Center Yogyakarta dengan 16 ribu *subscriber*. Bahkan salah satu founder dan beberapa pengurus Mualaf Center Yogyakarta dulunya adalah seorang mualaf yang kini telah memahami Islam jauh lebih baik. Dimana para mualaf ini bahkan berposisi penting dalam kepemimpinan Mualaf Center Yogyakarta.

---

<sup>6</sup> Instagram @mualafcenteryogyakarta diakses pada 15 Oktober 10.00 WIB.

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Lim, relawan Mualaf Center Yogyakarta pada 14 Oktober 2022 pukul 15.45 WIB.

Langkah yang dilakukan Mualaf Center Yogyakarta dalam meningkatkan kesadaran beragama Islam ini tidak lepas dari manajemen komunikasi di dalamnya. Sehingga sangat penting untuk mengetahui bagaimana Mualaf Center Yogyakarta melakukan manajemen agar tujuannya tercapai dengan baik serta bagaimana perubahan kesadaran beragama Islam para mualaf di sana.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka muncul rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen komunikasi Mualaf Center Yogyakarta dalam meningkatkan kesadaran beragama Islam para mualaf?
2. Bagaimana perubahan kesadaran beragama Islam para mualaf di bawah naungan Mualaf Center Yogyakarta?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka penelitian ini memiliki tujuan dan manfaat penelitian sebagai berikut:

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Mengetahui manajemen komunikasi Mualaf Center Yogyakarta dalam meningkatkan kesadaran beragama Islam para mualaf.



- b. Mengetahui perubahan kesadaran beragama Islam para mualaf di bawah naungan Mualaf Center Yogyakarta.

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

- 1) Penelitian ini bermanfaat untuk menambah khasanah keilmuan bagi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya dalam kajian manajemen komunikasi sebuah organisasi untuk berdakwah meningkatkan kesadaran beragama Islam para mualaf.
- 2) Penelitian ini merupakan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya di bidang manajemen komunikasi, baik manajemen komunikasi pada lembaga mualaf atau lembaga lainnya.

### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini menjadi bahan kajian dan memberikan pengetahuan bagaimana manajemen komunikasi yang baik bagaimana suatu komunitas atau organisasi hendak meningkatkan kesadaran beragama Islam suatu kelompok khususnya kelompok mualaf.

## **D. Kajian Pustaka**

Tinjauan pustaka atas penelitian dan karya ilmiah terdahulu bertujuan untuk mengetahui perbedaan dengan data penelitian ataupun karya ilmiah

yang sudah ada sebelumnya. Selain itu tinjauan pustaka dilakukan untuk menemukan *novelty* atau kebaruan dari penelitian jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

1. Penelitian Tesis tahun 2019 oleh Arina Rahmatika dengan judul *Manajemen Komunikasi Pariwisata Religi Masjid Jogokariyan Yogyakarta*. Di dalam penelitian ini digunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara serta teknik analisis data menggunakan analisis manajemen komunikasi<sup>8</sup>. Wisata religi masjid Jogokariyan menggunakan tahapan manajemen komunikasi pariwisata religi berupa tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi.
2. Jurnal penelitian internasional dengan judul *Comuunication Management and Trust: Their Role in Buliding Resilience to "Surprise" Such As Natural Disasters, Pandemic, Flu, and Terorism* oleh P.H Longstaf dan Sung Un Yang (2022)<sup>9</sup>. Dalam penelitian yang dilakukan di era pandemi ini menemukan bahwa sebuah organisas harus siap dengan keadaan tidak terduga dan kepercayaan menjadi salah satu hal terpenting dalam efektivitas manajemen komunikasi.
3. Selanjutnya adalah jurnal penelitian tahun 2022 berjudul *Manajemen Pembinaan Mualaf Kota Kendari (Studi Kasus Lembaga Bina Mualaf-*

---

<sup>8</sup> Arina Rahmatika, "Manajemen Komunikasi Pariwisata Religi Masjid Jogokariyan Yogyakarta," n.d.

<sup>9</sup> Patricia H Longstaff and Sung-Un Yang, "Communication Management and Trust: Their Role in Building Resilience to 'Surprises' Such as Natural Disasters, Pandemic Flu, and Terrorism," *Ecology and Society* 13, no. 1 (2008).

*Kaum Dhuafa*) oleh Ikran, dkk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa masih banyak kekurangan di dalam manajemen pembinaan mualaf dimana empat prinsip manajemen yakni *planning, organizing, actuating, dan controlling* tidak berjalan dengan baik.

4. Penelitian jurnal tahun 2018 berjudul *Peran Mualaf Center dalam Pembinaan Keagamaan Mualaf di Yogyakarta* oleh Topan Hidayat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis untuk meneliti konversi agama yang terjadi pada para mualaf serta bagaimana pembinaan yang dilakukan Mualaf Center Yogyakarta. Hasil penelitian memaparkan bahwa Mualaf Center Yogyakarta melakukan pendampingan berupa mengajak beribadah bersama-sama, mempelajari kisah nabi dan rasul, memperdalam Al-Quran, memperbanyak dzikir, dan mengikuti majlis taklim<sup>10</sup>.
5. Jurnal penelitian berjudul *Manajemen Komunikasi Markaz Islamisasi dalam Penyelenggaraan Kajian Jumat Malam* oleh Rilo Pambudi dan Rila Setyaningsih tahun 2019. Penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan teori manajemen organisasi yang terdiri dari *planning, organizing, actuating, dan controlling* (POAC)<sup>11</sup>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Markaz Islamisasi sudah menerapkan POAC

<sup>10</sup> Topan Hidayat, "Peran Mualaf Center Dalam Pembinaan Keagamaan Mualaf Di Yogyakarta," SOKO GURU: Jurnal Ilmu Pendidikan 1, no. 2 (2021): 57–71.

<sup>11</sup> Rilo Pambudi and S Rila, "Manajemen Komunikasi Markaz Islamisasi Dalam Penyelenggaraan Kajian Jumat Malam," *Journal of Islamic Communication* 2 (2019).

dalam menjalankan manajemen kajian jumat malam meskipun belum optimal.

6. Selanjutnya adalah penelitian berjudul *Manajemen Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat*<sup>12</sup>. Dari penelitian tahun 2018 oleh Rama Wijaya Kesuma Wardani ini ditemukan bahwa terdapat tiga komponen penting dalam manajemen komunikasi BAZNAS Provinsi Jawa Barat. Komponen tersebut adalah sosialisasi dan publikasi, keterampilan berkomunikasi, dan *public relations* pengurus BAZNAS Jawa Barat. Evaluasi dengan model komunikasi spiral juga menjadi hal yang wajib dilakukan dalam manajemen komunikasi BAZNAS Jawa Barat. Dengan tujuan agar seluruh anggota bisa memberikan kontribusi berupa kritik, saran, maupun ide untuk menjaga proses pelaksanaan program BAZNAS Jawa Barat.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Syamsidar berjudul *Strategi Komunikasi Majelis Taklim Nurul Ishlah sebagai Media Pendidikan dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama* (2018)<sup>13</sup>. Penelitian ini menemukan bahwa majelis taklim Nurul Ishlah melakukan beberapa program kegiatan secara langsung dengan masyarakat sebagai upaya meningkatkan kesadaran beragama. Strategi yang dilakukan sangat variatif dan menyesuaikan dengan kondisi di lapangan.

---

<sup>12</sup> Rama Wijaya Kesuma Wardhani, "Manajemen Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat," *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam* 2, no. 1 (2018): 12–21.

<sup>13</sup> Syamsidar Syamsidar, "Strategi Komunikasi Majelis Taklim Nurul Ishlah Sebagai Media Pendidikan Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama," *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 1 (2018).

Dari total tujuh kajian pustaka yang ada, sejumlah enam kajian pustaka menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, sementara satu penelitian jurnal internasional menggunakan metode kuantitatif. Beberapa teori yang digunakan dari setiap penelitian adalah manajemen komunikasi, komunikasi persuasif, dan komunikasi organisasi. Penelitian-penelitian sebelumnya membahas secara spesifik strategi komunikasi yang dilakukan kepada para mualaf, namun belum ada yang menggambarkan secara utuh manajemen komunikasi yang digunakan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada subjek dan objek penelitian serta pada penggunaan teori. Berdasarkan kajian pustaka tersebut maka dapat diketahui bahwa belum ada penelitian yang secara spesifik membahas manajemen komunikasi yang dilakukan Mualaf Center untuk meningkatkan kesadaran beragama para mualaf sehingga *novelty* dari penelitian ini terletak pada spesifikasi manajemen komunikasi di Mualaf Center dalam hal keagamaan para mualaf. Beberapa penelitian yang dilakukan di Mualaf Center Yogyakarta menunjukkan bahwa betapa pentingnya menganalisa pendampingan mualaf dalam hal penguatan dan peningkatan kesadaran beragama. Akan tetapi, belum ada yang meneliti bagaimana manajemen komunikasi yang dilakukan sehingga bisa menjadi contoh maupun perbandingan untuk menelurkan manajemen yang lebih baik bagi lembaga lain yang bergerak di bidang yang sama.

## E. Kerangka Teori

Dalam melakukan penelitian diperlukan landasan berupa teori-teori yang berguna sebagai pisau analisa sehingga penelitian ini menggunakan kerangka teori sebagai berikut:

### 1. Manajemen Komunikasi

Secara pengertian manajemen komunikasi adalah sebuah perencanaan sistematis, pelaksanaan, pemantauan, dan revisi seluruh saluran komunikasi dalam sebuah organisasi<sup>14</sup>. Manajemen komunikasi merupakan perpaduan antara konsep manajemen dan konsep komunikasi yang diaplikasikan dalam berbagai setting komunikasi<sup>15</sup>. Marry Parker Follet menyatakan bahwa manajemen adalah sebuah seni untuk menyelesaikan sesuatu melalui orang lain<sup>16</sup>.

Dalam praktiknya manajemen sangat berkaitan erat dengan organisasi, yakni untuk mewujudkan suatu tujuan organisasi secara efektif dan efisien melalui tahapan-tahapan yang sistematis dan terencana. Oleh karena itu perlu dijelaskan berdasarkan fungsi manajemen, yakni serangkaian kegiatan yang dijalankan dalam manajemen mengikuti suatu tahapan dalam pelaksanaannya. George R.Terry menjabarkan manajemen ke dalam empat fungsi<sup>17</sup> yaitu perencanaan, pengorganisasian, implementasi, dan pengawasan. Hal ini

---

<sup>14</sup> Poppy, *Ibid.*, 84.

<sup>15</sup> Fifi Hasmawati, "Manajemen Dalam Komunikasi," *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen* 5, no. 6 (2018).

<sup>16</sup> Ernie Tisnawati, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2006), 5.

<sup>17</sup> George R.Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, ed. J. Smith D.F.M (Jakarta: Bumi Aksara, 1990).



setara dengan yang dikemukakan Parag Diwan dalam bukunya *Communication Management* bahwa manajemen komunikasi adalah penggunaan berbagai sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi<sup>18</sup>.

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan berkaitan langsung dengan upaya untuk mengantisipasi kecenderungan di masa mendatang dan menentukan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi. Informasi yang terkumpul dalam proses perencanaan berguna untuk membuat keputusan tentang program, strategi komunikasi, taktik, dan sasaran sehingga dapat memberkan jalan untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan harapan<sup>19</sup>.

Unsur-unsur perencanaan (*planning*) adalah sebagai berikut<sup>20</sup>:

- 1) Identifikasi dari kunci masalah
- 2) Orientasi dari top manajemen
- 3) Penentuan rencana organisasi
- 4) Peninjauan kembali rencana yang telah dibuat

---

<sup>18</sup> Hasmawati, "Manajemen Dalam Komunikasi." 81.

<sup>19</sup> H Setiawan, "Manajemen Komunikasi Dompot Ummat Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam. Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 11 (1), 89–110," 2017.

<sup>20</sup> Riinawati Riinawati, "Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi" (Pustaka Baru Press, 2021). 23

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Proses pengorganisasian adalah upaya bagaimana strategi dan taktik yang sudah terumuskan dalam perencanaan bisa didesain dalam organisasi yang kondusif. Proses ini juga memastikan bahwa seluruh pihak dalam organisasi bisa bekerja secara efektif dan efisien<sup>21</sup> untuk mencapai tujuan organisasi.

Proses pengorganisasian adalah sebagai berikut<sup>22</sup>:

- 1) Melakukan perincian seluruh pekerjaan yang harus dilakukan.
- 2) Membagi beban kerja sesuai kemampuan individu atau kelompok dalam organisasi.
- 3) Mengombinasikan pekerjaan anggota secara berimbang.
- 4) Menetapkan mekanisme untuk mengoordinasi pekerjaan anggota.
- 5) Melakukan pemantauan akan efektifitas dan mengambil langkah untuk mempertahankan dan meningkatkannya.

c. Pengimplementasian (*Actuating*)

Implementasi adalah proses penerapan dan pelaksanaan program yang sudah dirancang agar bisa dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi. Pada bagian ini juga terjadi proses motivasi yang dilakukan oleh pemimpin agar anggota organisasi

<sup>21</sup> Hasmawati, "Manajemen Dalam Komunikasi."

<sup>22</sup> Riinawati, "Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi."

bisa menjalankan tugasnya dengan penuh kesadaran, tanggung jawab, dan produktivitas yang tinggi.

d. Pengendalian dan Pengawasan (*Controlling*)

*Controlling* merupakan langkah pengawasan demi memastikan seluruh program organisasi yang sudah direncanakan dan diimplementasikan bisa berjalan dengan baik sesuai dengan target yang diharapkan. Langkah-langkah pengawasan berupa; menentukan standar dan metode pengukuran kegiatan, mengukur kegiatan secara berulang, membandingkan pelaksanaan dengan standar yang ada, dan melakukan koreksi<sup>23</sup>.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia karena bisa menghubungkan satu sama lain dalam berbagai hal<sup>24</sup>. Komunikasi sendiri berasal dari bahasa Inggris *communication*, Bahasa Latin *communis* yang memiliki arti sama<sup>25</sup>. Carl I. Hovland mengatakan bahwa komunikasi merupakan upaya sistematis dengan tujuan merumuskan secara tegas asas-asas dalam menyampaikan informasi dan juga pembentukan pendapat serta sikap<sup>26</sup>. Harold D. Lasswell mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan

---

<sup>23</sup> Hasmawati, "Manajemen Dalam Komunikasi."

<sup>24</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT Bumi Akasara, 2009, 1

<sup>25</sup> Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, 2

<sup>26</sup> Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999, 10

suatu efek. Terdapat lima unsur komunikasi yang direpresentasikan dalam model komunikasi linier seperti berikut<sup>27</sup>:

**Tabel I. 1. Model komunikasi linier Lasswell**

<p><i>Who -&gt; Says What -&gt; In Which Channel -&gt; To Whom -&gt; With What Effect</i></p>
---

Unsur yang pertama yakni *who* merupakan komunikator sebagai penyampai sebuah pesan dalam komunikasi. Unsur *says what* adalah isi pesan apa yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Selanjutnya adalah *in wich channel* atau menggunakan media apa, yakni media komunikasi yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Unsur *to whom* bermakna untuk siapa yang berarti unsur komunikan atau khalayak sebagai penerima pesan. Terakhir adalah unsur *with wath effect* yaitu efek yang muncul dari pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Dalam proses manajemen komunikasi dalam penelitian ini, yang termasuk ke dalam komunikator adalah pengurus lembaga Mualaf Center Yogyakarta dengan komunikator atau khalayak para mualaf yang berada di bawah naungan lembaga.

Betapa pentingnya komunikasi sebagai sarana orang-orang yang terkait di dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang sama. Organisasi sendiri adalah sarana manajemen mengoordinasikan sumber bahan serta sumber daya manusia dari sturktur formal, tugas-tugas, dan

<sup>27</sup> M.Si Dr. Poppy Ruliana, Dra., *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

wewenang<sup>28</sup>. Sementara itu keberadaan komunikasi tidak bisa terpisahkan dari berjalannya fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, penyusunan tenaga, kepemimpinan, pengawasan, dan dan menghubungkan dengan lingkungan eksternal<sup>29</sup>.

Manajemen komunikasi dapat berjalan dengan baik melalui perhatian pada interaksi komunikasi interpersonal di internal maupun eksternal organisasi. Hal yang berkaitan dengan komunikasi dan harus menjadi perhatian di dalam kegiatan manajemen tersebut dapat dikategorikan berdasarkan dua hal mendasar, yakni komunikasi interpersonal dan juga proses penetrasi sosial. Kedua unsur ini tidak bisa diabaikan begitu saja di dalam proses manajemen komunikasi sehingga membutuhkan perhatian khusus.

#### a. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi antar dua orang yang mengalami tahap relasi mulai dari akrab sampai perpisahan atau dengan pola berulang terus-menerus<sup>30</sup>.

Komunikasi interpersonal bersifat dua arah yang bahkan terjadi dalam kelompok atau organisasi dengan sebutan *dyadic communication* sehingga dalam suatu komunikasi, individu yang

---

<sup>28</sup> Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah, and Dan Komunikasi, "Manajemen Komunikasi Penanggulangan Bencana (Studi Deskriptif Kualitatif Badan Penanggulangan Bencana Daerah Di Kabupaten Bantaeng) Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi," n.d. 11.

<sup>29</sup> Poppy, *Ibid.*, 25.

<sup>30</sup> Ascharisa Mettasatya Afrilia, Anisa Setya Arifina, and Penerbit Pustaka Rumah, *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal* (Penerbit Pustaka Rumah C1nta, 2020).

terlibat memiliki tanggung jawab yang sama dalam menentukan sifat hubungan.

b. Penterasi Sosial

Keterlibatan dan tanggung jawab individu di dalam komunikasi interpersonal ini dapat berlanjut kepada hubungan yang semakin erat melalui penetrasi sosial. Dalmas Taylor menyebutkan bahwa komunikasi bergeser dari tingkat dangkal menjadi lebih intim seiring perkembangan hubungan<sup>31</sup>. Teori penetrasi sosial sangat menekankan kedekatan hubungan agar seorang individu dapat terbuka di dalam komunikasinya dimana kedekatan ini akan terbuka secara bertahap selayaknya lapisan bawang yang dianalogikan oleh Altman dan Taylor. Penetrasi sosial di dalam manajemen komunikasi terjadi untuk meningkatkan kepercayaan dan keintiman antar sesama pengurus maupun terhadap mualaf. Penetrasi sosial sangat menekankan keterbukaan antar individu sehingga satu sama lain dapat saling percaya untuk mengungkapkan isi pikiran dan hati masing-masing terutama dalam hal mengungkap perasaan mualaf.

Selain memperhatikan komunikasi interpersonal dan proses penetrasi sosial untuk meningkatkan keintiman, manajemen komunikasi juga harus memperhatikan jenis komunikasi di dalam berjalannya manajemen. Hal ini berkaitan dengan komunikasi di dalam kegiatan manajemen yang ingin mencapai tujuan organisasi juga memerlukan

---

<sup>31</sup> Ansar Suherman, *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi* (Deepublish, 2020).



bentuk komunikasi yang jelas agar menunjang berjalannya manajemen komunikasi yang baik. G. R. Terry menyatakan bahwa terdapat lima bentuk komunikasi dalam suatu kegiatan manajemen<sup>32</sup>:

a. Komunikasi Formal

Komunikasi yang terjadi dalam prosedur fungsional dari atasan kepada bawahan berupa instruksi baik lisan maupun tulisan.<sup>33</sup>

b. Komunikasi Non Formal

Komunikasi yang terjadi secara spontan berkaitan dengan tugas dan kewajiban.

c. Komunikasi Informal

Pace dan Faules mendefinisikan komunikasi informal sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan anggota organisasi tanpa memperhatikan posisi dalam organisasi serta bersifat pribadi<sup>34</sup>.

d. Komunikasi Prosedural

Komunikasi prosedural merupakan komunikasi yang dilakukan untuk melaporkan kinerja dari bawahan kepada atasan atau berupa perintah dari atasan kepada bawahan. Komunikasi ini disebut sebagai komunikasi ke bawah dan ke atas<sup>35</sup>.

Secara sederhana manajemen dalam komunikasi merupakan peranan fungsi manajemen yang diterapkan dalam komunikasi sehingga

<sup>32</sup> Hasmawati, "Manajemen Dalam Komunikasi." 83.

<sup>33</sup> Chairul Furqon, "Hakikat Komunikasi Organisasi," *Hakikat Komunikasi Organisasi* 2, no. 15 (2003): 1–9.

<sup>34</sup> Furqon.

<sup>35</sup> George R. Terry and Leslie W. Rue, "Dasar-Dasar Manajemen", ed. G.A. Ticoalu, 9th ed. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1992).

menjadi penggerak dalam melaksanakan komunikasi demi mencapai tujuan organisasi<sup>36</sup>. Secara internal manajemen komunikasi mengoordinasikan kesatuan pesan dalam menyelesaikan masalah dan secara eksternal dilakukan untuk menjaga hubungan dengan pihak luar yang terkait dengan organisasi<sup>37</sup>. Komunikasi dan manajemen merupakan dua hal yang tidak terpisahkan, sesuai dengan tabel berikut<sup>38</sup>:

**Tabel I. 2. Matrik hubungan fungsi manajemen dan unsur-unsur komunikasi**

Fungsi Manajemen	Unsur-unsur Komunikasi				
	Komunikator	Pesan	Media	Khalayak	Efek
<i>Planning</i>	√	√	√	√	√
<i>Organizing</i>	√	√	√	√	√
<i>Actuating</i>	√	√	√	√	√
<i>Controlling</i>	√	√	√	√	√

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat hubungan saling keterkaitan antara teori manajemen dan juga teori komunikasi. Fungsi manajemen yang terdiri dari *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* berkesinambungan dengan unsur-unsur komunikasi, yakni komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek. Tanda centang pada setiap kolom menandakan bahwa fungsi manajemen menggunakan seluruh unsur komunikasi dalam prosesnya.

Fungsi *planning* atau perencanaan membutuhkan komunikator untuk menyampaikan rencana yang akan digunakan dalam mencapai

<sup>36</sup> Hasmawati, "Manajemen Dalam Komunikasi."

<sup>37</sup> Sahputra, "Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi."

<sup>38</sup> Riinawati, "Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi."

tujuan. Selanjutnya juga dibutuhkan pesan yang akan disampaikan, media apa yang digunakan, khalayak atau komunikator yang akan menerima pesan melalui media tersebut. Selanjutnya adalah efek dari proses perencanaan yang merupakan jalan untuk beranjak pada tahap selanjutnya.

*Organizing* atau pengorganisasian juga memiliki keterkaitan yang sama kuatnya. Dimana komunikator dalam proses pengorganisasian memerlukan pesan yang akan disampaikan, media penyampaian, komunikator yang menerima pesan. Efek komunikasi dari unsur manajemen tahap ini adalah adanya *actuating* atau pelaksanaan.

Fungsi pelaksanaan pada manajemen sebagaimana tabel 2 sangat berkaitan dengan unsur-unsur komunikasi. Dalam pelaksanaan suatu manajemen dibutuhkan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Dimana dalam proses ini pun sudah berkaitan dengan unsur komunikasi yakni komunikator, pesan, dan komunikan. Selanjutnya juga diperlukan media dalam menyampaikan pesan ini, baik berupa media lisan ataupun tulisan. Selanjutnya dari pelaksanaan manajemen akan muncul efek.

Fungsi ke-empat dari manajemen komunikasi adalah *controlling* atau pengawasan yang juga memerlukan unsur-unsur komunikasi terutamanya adalah komunikator dan komunikan. Pengawasan ini juga memerlukan media komunikasi yang digunakan selama proses

pengawasan, pesan selama pengawasan, dan juga efek dari fungsi pengawasan yang dilakukan.

Manajemen komunikasi merupakan alat untuk menyamakan persepsi seluruh anggota agar bergerak sesuai dengan informasi yang diberikan dengan tujuan mencapai target yang ada<sup>39</sup>. Manajemen bertugas sebagai penggerak aktivitas komunikasi dalam usaha mencapai tujuan. Manajemen komunikasi yang menggabungkan pendekatan manajemen dengan pengelolaan komunikasi memungkinkan untuk mewujudkan komunikasi yang harmonis<sup>40</sup>. Tanpa adanya komunikasi yang baik maka bisa terjadi konflik internal dan menjadikan proses kerja sama antar anggota menjadi tidak optimal, maka dari itu terdapat beberapa fungsi lain manajemen komunikasi yaitu sebagai kendali, motivasi, pengungkapan emosional, dan penyampai informasi<sup>41</sup>. Dapat terlihat bahwa organisasi tanpa komunikasi tidak dapat berjalan dengan baik dan manajerial yang sudah ditentukan perlu dikomunikasikan agar kebijakan dapat diketahui seluruh individu dalam organisasi.

## **2. Kesadaran Beragama Islam Mualaf**

Kesadaran berasal dari kata “sadar,” di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sadar artinya insaf, merasa, mengetahui, atau yakin dimana kesadaran berarti kondisi mengetahui, merasa, meyakini, atau

---

<sup>39</sup> Riinawati.

<sup>40</sup> Sahputra, “Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi.”

<sup>41</sup> Riinawati, “Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi.”

keinsafan<sup>42</sup>. Kata beragama muncul dari kata “agama” yang bermakna percaya kepada Tuhan dan kepada ajaran-ajaran yang ditetapkan dalam kepercayaan tersebut. Beragama sendiri memiliki makna meyakini sebuah kepercayaan dan menjalankan serangkaian peribadatan yang ditetapkan dengan taat.

Sigmund Freud menyatakan bahwa kesadaran beragama muncul karena rasa tidak berdaya dan putus asa dalam diri manusia ketika menghadapi kesulitan hidup<sup>43</sup>. Berbeda dengan Freud, teori Behaviorisme menyatakan bahwa kesadaran beragama timbul dari dorongan hukuman dan hadiah yakni keberadaan surga dan neraka. Sementara itu Abraham Maslow mengatakan bahwa kesadaran beragama muncul karena manusia menerima dorongan untuk memenuhi kebutuhan secara hierarkis dan sistematis. Dimana akhir dari kebutuhan tersebut adalah aktualisasi diri sehingga manusia menyatu dengan kekuatan transendental<sup>44</sup>.

Secara garis besar kesadaran beragama mencakup rasa keagamaan, pengalaman, ketuhanan, keimanan, sikap, dan tingkah laku yang terorganisir dalam sistem mental dan kepribadian seseorang<sup>45</sup>.

Agama sebagai sebuah keyakinan dan praktik melibatkan fungsi jiwa

---

<sup>42</sup> Dendy Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008). 509.

<sup>43</sup> Reva tri Yulianti, “Gerakan Sosial Keagamaan Majelis Annur Bandar Lampung Dalam Mewujudkan Kesadaran Beragama Remaja,” *Sosio Religia* 2, no. 2 (2021).

<sup>44</sup> A Djalaluddin dan Fuad, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994), 71-75.

<sup>45</sup> Syamsidar, “Strategi Komunikasi Majelis Taklim Nurul Ishlah Sebagai Media Pendidikan Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama.”

sekaligus fungsi raga manusia. Kesadaran beragama menggambarkan sisi batin yang sakral dan mendorong seseorang untuk bertingkah laku taat pada aturan agama yang dianut<sup>46</sup>. Maka kesadaran beragama pun meliputi aspek-aspek afektif, kognitif, konatif, dan motorik seseorang.

Mualaf sebagai orang yang baru masuk Islam tentu memiliki tingkat kesadaran beragama yang beragam. Patch dalam (Tan & Sham, 2009) mengungkapkan bahwa mualaf adalah orang yang telah bersyahadat dan merupakan golongan yang perlu mendapat perhatian dari Muslim lain yang lebih memahami Islam<sup>47</sup>. Maka dalam penelitian ini kesadaran beragama yang dimaksud adalah segala macam perilaku manusia yang merepresentasikan kegiatan religiusitas dalam beragama Islam khususnya yang ditunjukkan oleh para mualaf yakni menekuni, menghayati, mengingat, merasa, dan melaksanakan ajaran agama dengan tulus dan ikhlas. Religiusitas beragama Islam ini juga dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari dan dapat dilihat dari ketekunan beribadah, adab dalam berperilaku, dan aktivitas lainnya yang terjadi dalam hati manusia. Segala perilaku kesadaran beragama ini tidak lain adalah untuk memenuhi kebutuhan kerohanian dalam hati<sup>48</sup>.

---

<sup>46</sup> Elva Oktavia and Refika Mastanora, "Manfaat Mengikuti Pengajian Rutin Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Masyarakat," *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial Dan Budaya* 1, no. 2 (2020): 74. 68.

<sup>47</sup> Metta Rhozely, Welly Wirman, and Muhammad Firdaus, "Komunikasi Persuasif Pembina Dalam Meneguhkan Keyakinan Mualaf Pada Mualaf Center Pekanbaru," *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)* 9, no. 1 (n.d.): 363–81.

<sup>48</sup> Syamsidar, "Strategi Komunikasi Majelis Taklim Nurul Ishlah Sebagai Media Pendidikan Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama."



a. Aspek-Aspek Kesadaran Beragama

Di dalam melihat kesadaran beragama, terdapat aspek-aspek yang bisa menjadi indikator dimana Abdul Aziz memaparkan aspek-aspek kesadaran beragama ke dalam beberapa poin berikut<sup>49</sup>:

1) Aspek Afektif dan Konatif

Manusia tidak hanya perlu memenuhi aspek kebutuhan biologis tetapi juga kebutuhan yang bersifat rohaniyah, yakni kebutuhan yang berkaitan dengan cinta kepada Tuhan sehingga cenderung mengabdikan dirinya kepada Allah SWT. Dalam hal ini kebutuhan rohani seorang muallaf yang baru saja masuk Islam untuk mencintai dan mengenal Allah SWT lebih dalam lagi melalui mempelajari agama Islam untuk menambah pengetahuan.

2) Aspek Kognitif

Aspek kognitif merupakan suatu kemampuan berpikir manusia sehingga mampu menciptakan perenungan yang mengantarkan manusia menuju keyakinan pada sebuah ajaran keagamaan yang muncul. Seorang muallaf sebelum memutuskan memeluk agama Islam, tentu saja mengalami masa perenungan, pembelajaran, bahkan pertentangan di

---

<sup>49</sup> Abdul Aziz Ahyadi, "Psikologi Agama Kepribadian Muslim Indonesia," *Bandung: PT Sinar Baru Algesindo*, 2005. 37.

dalam hati dan pikiran sehingga akhirnya mualaf menemukan keyakinan akan agama Islam. Kemampuan berpikir ini direpresentasikan ke dalam hal-hal yang saling berkaitan, di antaranya:

a) Kecerdasan Qalbiyah

Terlihat pada keyakinan terhadap rukun iman dan perilaku ibadah mualaf kepada Allah SWT. Peningkatan perubahan kesadaran beragam berkaitan dengan semakin baiknya perilaku beribadah mualaf.

b) Kecerdasan Emosional

Kecerdasan emosional seseorang dapat direpresentasikan pada sikap hati-hati dan kewaspadaan seseorang dalam bertindak. Di dalam hal ini dapat terlihat dari mualaf yang menjaga tutur kata agar tetap sopan santun sesuai aturan Islam, tidak berbicara yang buruk serta melontarkan kata-kata yang menyakitkan.

c) Kecerdasan Moral

Dalam bahasa agama kecerdasan moral dikatakan sebagai *habluminannas* yakni mualaf menjalin silaturahmi dengan sesama umat Islam maupun dengan keluarga dan teman-teman yang masih di agama asalnya. Hubungan ini adalah hubungan baik dan bijaksana yang tidak saling menjatuhkan satu sama lain.

d) Kecerdasan Spiritual

Merupakan kecerdasan tertinggi yang tampak dari kebermaknaan hidup dan sinergitas antara pikiran dan tindakan muallaf.

e) Kecerdasan Beragama

Merupakan ketaqwaan mendalam yang terlihat dalam diri muallaf. Kesadaran ini terlihat dari muallaf yang mampu membedakan hal baik dan buruk menurut agama.

3) Aspek Motorik

Perilaku keagamaan manusia dapat dilihat dari aspek penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Aspek ini dalam diri seorang muallaf, hal ini dapat terlihat dari beberapa hal di antaranya adalah:

a) Kedisiplinan sholat

b) Menunaikan ibadah puasa

c) Berakhlak baik

Dari aspek-aspek yang ada tersebut maka kesadaran beragam Islam meliputi segala hal yang berkaitan dengan agama Islam. Aspek afektif dan konatif yakni kebutuhan akan kedekatan dengan Allah SWT sebagai hamba yang taat. Aspek kognitif berkaitan dengan refleksi pemikiran tentang alam ciptaan Allah SWT dan segala bentuk kebesaran Allah SWT yang tidak

tertandingi. Aspek motorik kesadaran beragama Islam berupa penerapan ketaatan beribadah seperti disiplin dalam menjalankan shalat lima waktu, menunaikan ibadah puasa wajib di bulan Ramadhan, menunaikan berbagai macam ibadah sunnah, berakhlak baik kepada sesama manusia, tidak melakukan kebiasaan jahiliah yang dilarang agama, serta tingkah laku lain yang mencerminkan sosok muslim yang baik.

b. Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Beragama

1) Faktor Internal

Faktor internal berasal dari diri manusia sendiri yang secara fitrah memang adalah makhluk beragama atau berpotensi untuk beragama dan memiliki kesetiaan kepada Tuhan<sup>50</sup>. Faktor internal kesadaran beragama Islam para mualaf bisa muncul dari dalam dirinya yang masih harus beradaptasi dengan agama baru dan masih terbiasa dengan agama lama.

2) Faktor Eksternal

Faktor di luar individu yang mempengaruhi kesadaran beragama seseorang adalah lingkungan sekitar. Lingkungan di mana mualaf tinggal tentu juga mempengaruhi kesadaran

---

<sup>50</sup> Tri Yulianti, "Gerakan Sosial Keagamaan Majelis Annur Bandar Lampung Dalam Mewujudkan Kesadaran Beragama Remaja."

beragama, lingkungan yang kental dengan nilai keislaman akan mendukung kesadaran beragama begitupun sebaliknya.

## **F. Metode Penelitian**

Di dalam melakukan penelitian manajemen komunikasi Muallaf Center Yogyakarta dalam meningkatkan kesadaran beragama Islam para muallaf, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk mengambil data dan menganalisisnya adalah sebagai berikut:

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian bersifat deskriptif yang merupakan prosedur pemecahan masalah dengan cara memaparkan, menggambarkan, atau melukiskan subjek atau objek penelitian berdasarkan apa adanya fakta<sup>51</sup>. Jenis penelitian ini adalah kualitatif untuk menjawab permasalahan dengan cara memaparkan data yang ditemukan di lapangan. Penelitian kualitatif melakukan analisis terhadap gejala sosial dan budaya menggunakan kebudayaan dari masyarakat yang bersangkutan untuk memperoleh gambaran perilaku, kemudian dianalisis lagi menggunakan teori yang obyektif<sup>52</sup>. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan dalam kondisi sebenarnya untuk mengangkat data di lapangan<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup> Setiawan, "Manajemen Komunikasi Dompot Ummat Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam. Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, 11 (1), 89–110."

<sup>52</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Bumi Aksara, 2022). 34.

<sup>53</sup> Kartini Kartono, "Pengantar Metodologi Riset Sosial," 1990.

Format deskriptif kualitatif menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu<sup>54</sup>. Metode ini bertujuan untuk melihat suatu gejala, fakta dan realitas secara keseluruhan (*wholeness*) dan bukannya terpisah-pisah atau sendiri-sendiri (*partial*)<sup>55</sup>. Metode yang telah dipaparkan tersebut digunakan untuk melihat bagaimana Muallaf Center Yogyakarta melakukan manajemen komunikasi untuk meningkatkan kesadaran beragama Islam muallaf.

## 2. Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek dan subjek penelitian yang jelas untuk mempermudah dalam melakukan penelitian. Adapun objek dan subjek penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

### a. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah substansi penelitian yang dipecahkan permasalahannya menggunakan teori. Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah manajemen komunikasi yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran beragama Islam para muallaf.

<sup>54</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 68.

<sup>55</sup> Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakter dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), hlm. 53.



## b. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan dalam penelitian yang bermaksud menjadi sumber informasi untuk menjelaskan situasi dan kondisi penelitian. Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive* yakni penentuan subjek penelitian berdasarkan pada pertimbangan tertentu dengan alasan yang bisa dipertanggungjawabkan oleh peneliti<sup>56</sup>. Dalam bukunya, Moleong juga mengatakan bahwa penelitian kualitatif tidak menggunakan sampel acak melainkan sampel yang bertujuan<sup>57</sup>. Penelitian lebih fokus pada subjek penelitian yang dinilai memiliki kredibilitas dalam menjawab pertanyaan tentang manajemen komunikasi yang terjadi.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah orang-orang internal Mualaf Center Yogyakarta sebagai sumber informasi. Dipilih orang-orang yang memiliki posisi penting dalam organisasi sebagai pihak yang mengetahui dengan pasti bagaimana manajemen komunikasi di dalamnya berlangsung, yaitu:

- 1) Salah satu pendiri Mualaf Center Yogyakarta yang saat ini menjadi pengurus bagian pengawas yang juga seorang mualaf dan mengerti cikal bakal urgensi berdirinya Mualaf Center Yogyakarta.

---

<sup>56</sup> Eriyanto, *Teknik Sampling* (2007: LKiS Yogyakarta, 2007). 250.

<sup>57</sup> M.A. Prof. Dr. Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010). 165.

- 2) Ketua Mualaf Center Yogyakarta sebagai pihak yang mengerti dengan baik terkait manajemen komunikasi dalam tubuh lembaga.
- 3) Empat orang pengurus harian Mualaf Center Yogyakarta yang mengerjakan program dan seluruh komponen organisasi serta mengerti dinamika dalam menjalankan manajemen komunikasi. Terdiri dari satu orang pengurus harian bidang media, satu orang bidang pembinaan mualaf, satu orang bidang program, dan satu orang bidang advokasi.
- 4) Pengurus inti Mualaf Center Yogyakarta bidang keuangan.
- 5) Dua orang pengurus Mualaf Center Yogyakarta yang dulunya adalah seorang mualaf dan kini menjadi pengurus harian dan pengurus inti.
- 6) Tiga orang mualaf yang masih berada dalam tahap mempelajari agama Islam di bawah naungan Mualaf Center Yogyakarta.

### **3. Sumber Data**

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan<sup>58</sup>, dalam hal ini terbagi ke dalam sumber data primer yang diperoleh langsung dari sumber asalnya dan sumber data sekunder yang

---

<sup>58</sup> Prof. Dr. Lexy J. Moleong. 157.

diperoleh dari studi kepustakaan atau dokumentasi. Sumber data primer penelitian ini meliputi observasi langsung ke lokasi penelitian dan wawancara. Sumber data sekunder berupa studi pustaka seperti buku, jurnal, hasil penelusuran online, dan lainnya serta dokumentasi yang berupa arsip yang bisa menjadi sumber data.

a. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang berguna untuk menyelesaikan masalah penelitian yang didapat langsung dari sumber utama penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer berupa wawancara kepada anggota Mualaf Center Yogyakarta mengenai manajemen komunikasi yang mereka lakukan untuk meningkatkan kesadaran beragama Islam. Wawancara dilakukan secara terbuka dan terstruktur dengan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan dan dapat berkurang atau bertambah sesuai dengan kondisi dan kebutuhan data saat melakukan wawancara.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah pelengkap dari sumber data primer dalam penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi referensi tambahan dari buku, jurnal, artikel, dan data di internet.

#### **4. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian, metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang ada. Penelitian ini

menggunakan beberapa metode pengumpulan data berdasarkan urgensinya dalam penelitian di antaranya adalah:

a. Wawancara

Peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara sebagai metode utama dalam penelitian ini. Teknik wawancara merupakan cara penggalian data melalui percakapan dengan maksud memperoleh informasi tertentu<sup>59</sup>. Dalam hal ini menggunakan salah satu teknik wawancara yang dikemukakan oleh Patton, yakni teknik wawancara pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara<sup>60</sup> yakni dengan membuat kerangka garis besar pertanyaan dengan pelaksanaan wawancara menyesuaikan kondisi responden.

Wawancara yang dilakukan tertuju pada subjek penelitian yang sudah ditetapkan yakni beberapa orang inti dalam Muallaf Center Yogyakarta untuk mengetahui bagaimana perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran beragama Islam. Teknik wawancara menciptakan interaksi langsung dengan para narasumber yang menjadi sumber data primer dalam penelitian.

---

<sup>59</sup> Farida Nugrahani and M Hum, "Metode Penelitian Kualitatif," *Solo: Cakra Books* 1, no. 1 (2014). 125.

<sup>60</sup> Prof. Dr. Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. 187.

Peneliti menyiapkan daftar pertanyaan wawancara yang merupakan landasan dalam mengumpulkan data di lapangan. Daftar pertanyaan wawancara tersebut adalah sebagai berikut:

No	Garis Besar Pertanyaan	Pengembangan Pertanyaan
1.	Bagaimana perencanaan manajemen komunikasi di Mualaf Center Yogyakarta?	<p>Bagaimana identifikasi masalah?</p> <p>Bagaimana merancang program yang sesuai untuk mualaf?</p> <p>Bagaimana pematangan rencana program?</p>
2.	Bagaimana pengorganisasian manajemen komunikasi Mualaf Center Yogyakarta?	<p>Bagaimana penentuan jadwal dan teknik pelaksanaan program?</p> <p>Bagaimana penentuan penanggungjawab program?</p> <p>Bagaimana fiksasi program?</p> <p>Apa saja program yang dirumuskan untuk mualaf?</p>
3.	Bagaimana pelaksanaan manajemen komunikasi Mualaf Center Yogyakarta?	<p>Bagaimana proses pelaksanaan program?</p> <p>Bagaimana memotivasi anggota dalam melaksanakan program?</p> <p>Apa yang ditemukan selama program berjalan? (Hambatan, tantangan, ketidaksesuaian dengan rencana, dll).</p>

4.	Bagaimana pengawasan manajemen komunikasi Mualaf Center Yogyakarta?	<p>Bagaimana metode pengawasan yang dilakukan?</p> <p>Bagaimana melakukan koreksi/evaluasi terhadap program?</p> <p>Bagaimana memberikan motivasi untuk terus menjalankan MCY setelah evaluasi?</p> <p>Bagaimana mengetahui program meningkatkan kesadaran beragama kepada para muaaf berjalan dengan baik atau tidak?</p>
----	---	--

b. Observasi

Peneliti juga melakukan observasi atau pengamatan sebagai metode pengumpulan data dengan berperan sebagai pengamat

sekaligus menjadi anggota resmi kelompok yang diamati<sup>61</sup>.

Observasi dapat memperlihatkan secara langsung interaksi subjek penelitian sehingga dapat merefleksikannya menjadi data yang sistematis. Metode yang digunakan pengamatan terbuka dengan kondisi subjek mengetahui dan mengizinkan pengamatan.

Observasi dilakukan oleh peneliti dengan terjun langsung untuk mengikuti dan turut membantu seluruh kegiatan di Mualaf

<sup>61</sup> Prof. Dr. Lexy J. Moleong. 176.



Center Yogyakarta selama satu bulan penuh. Kegiatan observasi yang pertama peneliti lakukan pada 04 dan 14 Oktober 2022 dengan melakukan wawancara spontan. Selanjutnya peneliti melakukan observasi secara penuh sejak tanggal 02 Desember 2022 sampai 01 Januari 2023 dan peneliti masih sesekali berkunjung ke Mualaf Center Yogyakarta untuk melakukan penelitian lanjutan.

Selama proses observasi, peneliti menemukan bahwa kegiatan yang berlangsung di Mualaf Center Yogyakarta begitu tertib meski dengan jumlah peserta yang tidak begitu banyak. Tidak ada program kegiatan yang sampai tertunda atau bahkan diliburkan karena mualaf selalu datang mengikuti program. Budaya komunikasi yang terjadi antara pengurus dan mualaf terlihat kental dengan kekeluargaan sehingga mudah bagi para mualaf untuk membaur tanpa merasa canggung bahkan terlihat tidak ada sekat antara pengurus dengan para mualaf.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang berguna untuk melengkapi metode wawancara dan observasi<sup>62</sup>. Dokumentasi menghasilkan catatan dan data tambahan yang penting sehingga peneliti memperoleh data yang sah dan lengkap, bukan

---

<sup>62</sup> Rahmatika, "Manajemen Komunikasi Pariwisata Religi Masjid Jogokariyan Yogyakarta." 26.

berdasarkan opini semata<sup>63</sup>. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data untuk mendukung analisis dan interpretasi data.

Peneliti mengumpulkan dokumentasi kegiatan secara pribadi selama masa observasi dengan mengikuti kegiatan secara langsung. Terdapat juga dokumentasi dari media sosial dan dokumentasi pribadi milik Mualaf Center Yogyakarta yang diberikan kepada peneliti. Mualaf Center Yogyakarta tidak bisa memberitahukan dokumentasi data-data mualaf secara gamblang melainkan memberikan informasi tersebut secara lisan saat wawancara. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan dokumentasi yang ada di media sosial Mualaf Center Yogyakarta, khususnya Instagram dan YouTube.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka mendukung penelitian memiliki data yang berimbang karena tidak hanya bersumber dari internal penelitian.

Melainkan memperoleh data yang bersumber dari buku, jurnal, artikel, internet, dan sebagainya. Studi pustaka merupakan penguat data-data yang berasal dari wawancara dan observasi.

Peneliti menggunakan buku-buku di bidang manajemen, komunikasi, manajemen komunikasi, kesadaran beragama Islam, dan tentang mualaf. Peneliti juga menggunakan jurnal dengan

---

<sup>63</sup> Muhammad Nurdin, "Manajemen Komunikasi Dalam Mengembangkan Mutu Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Negeri 2 Ponorogo)" (2021), <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://etheses.iainponorogo.ac.id/18016/1/NURDI-N-dikonversi.pdf>. 44.

bidang kajian yang mirip, yakni manajemen komunikasi dan tentang kemualafan. Sumber internet yang digunakan peneliti adalah untuk melihat data jumlah *subscriber* di media sosial Mualaf Center Yogyakarta.

## 5. Metode Analisa Penelitian

Peneliti memastikan data yang diperoleh dari lapangan diolah dengan baik melalui beberapa tahapan metode analisa data, yaitu:

### a. Reduksi Data

Setelah data-data terkumpul secara objektif maka selanjutnya dilakukan metode analisis data, langkah pertama adalah melakukan reduksi data yakni merangkum, memilih data pokok, mengelompokkan sesuai pola, dan membuang yang tidak perlu<sup>64</sup>. Reduksi data adalah untuk mengetahui di mana saja data yang diperlukan dalam penelitian sehingga proses reduksi data dilakukan mulai awal hingga akhir penelitian baik dari subjek ataupun objek penelitian. Peneliti mereduksi data-data yang dianggap penting sesuai dengan tujuan penelitian dengan memisahkannya dari data-data tambahan dari hasil wawancara dan dokumentasi.

### b. Penyajian Data

Data yang sudah diperoleh kemudian disajikan dan diinterpretasikan sebagai sekumpulan informasi yang

---

<sup>64</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010). 338.

memungkinkan terjadinya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada tahap ini disajikan data yang telah direduksi dengan cara yang sistematis<sup>65</sup> ke dalam teks naratif sehingga lebih mudah untuk dipahami. Data-data yang utama telah didapatkan peneliti uraikan ke dalam deskripsi dan analisis pada bab-bab selanjutnya secara sistematis.

c. Menarik Kesimpulan

Tahap akhir dari analisis data adalah menarik kesimpulan, yakni sebagian dari kegiatan konfigurasi yang utuh<sup>66</sup>. Verifikasi data dilakukan dari proses kritis dan yang didapatkan selama di lapangan dengan cara meninjau ulang sehingga menjadi penegasan kesimpulan.

## 6. Validasi Data

Validasi data penelitian berarti menentukan akurasi dan kredibilitas hasil melalui strategi yang tepat<sup>67</sup>. Penelitian ini menggunakan teknik validasi data triangulasi yang berarti membandingkan, mengecek kembali keabsahan suatu data dengan waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian<sup>68</sup> dengan tahapan: (1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara; (2) Membandingkan perkataan orang di depan umum dan secara pribadi; (3) Membandingkan apa yang

---

<sup>65</sup> Sugiyono. 341.

<sup>66</sup> Muhammad Nurdin, "Manajemen Komunikasi Dalam Mengembangkan Mutu Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Negeri 2 Ponorogo)." 47.

<sup>67</sup> J R Raco, "Metode Kualitatif (Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya)," *Grasindo. Grasindo*, 2010. 133.

<sup>68</sup> Prof. Dr. Laxy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. 330

dikatakan tentang situasi penelitian dan apa yang terjadi di lapangan; (4) Mambandingkan keadaan dan persepektif dengan pendapat berbagai pihak.

Peneliti melakukan validasi data tahap pertama, kedua, dan ketiga secara beriringan dan bergantian. Caranya yakni dengan membandingkan hasil wawancara narasumber satu dengan narasumber lainnya melalui pertanyaan yang sama. Peneliti juga mengamati hasil observasi yang dilakukan peneliti dengan hasil wawancara dari setiap narasumber. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara kepada para mualaf yang merupakan komunikan dalam proses manajemen komunikasi Mualaf Center Yogyakarta. Dengan begitu, peneliti melakukan validasi data secara menyeluruh baik komunikator maupun komunikan.

Di dalam validasi data ini peneliti menemukan adanya kesamaan antara narasumber satu dengan yang lain, antara hasil wawancara dengan kondisi di lapangan, dan antara komunikator dengan komunikan. Maka dari itu, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid sesuai dengan kondisi obyektif di lapangan.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Bab I Pendahuluan, berisi pembahasan tentang gambaran penelitian serta pokok permasalahan yang menjadi latar belakang penelitian. Terdiri dari

latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Gambaran Umum, menguraikan deskripsi tentang objek penelitian yaitu Mualaf Center Yogyakarta.

Bab III Pembahasan, memaparkan hasil penelitian tentang manajemen komunikasi Mualaf Center Yogyakarta dalam meningkatkan kesadaran beragama Islam mualaf.

Bab IV Penutup, berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan juga saran untuk penelitian sejenis yang akan dilakukan selanjutnya.



## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Manajemen komunikasi yang diterapkan Mualaf Center Yogyakarta adalah perencanaan komunikasi, pengorganisasian, implementasi komunikasi, dan pengawasan. Kerja-kerja manajemen komunikasi dilakukan dalam dinamika kultural dengan motivasi keagamaan yang berlandaskan pada niat dan semangat untuk berdakwah mensyiarkan agama Islam khususnya bagi para mualaf. Mualaf Center Yogyakarta merupakan lembaga non profit sehingga pengurus tidak mendapatkan gaji, akan tetapi manajemen komunikasi tetap berjalan dengan baik. Hal tersebut karena para pengurus memiliki semangat komunikasi dakwah yang berorientasi ketuhanan yang tidak mengharapkan imbalan di dunia.

Komunikasi yang dilakukan dalam menjalankan manajemen adalah penggabungan dari komunikasi formal, informal, non formal, dan prosedural dengan lebih banyak menggabungkan komunikasi informal dan non formal serta menekankan pada komunikasi kekeluargaan yang Islami. Komunikasi kekeluargaan ini diterapkan terutama dalam proses penetrasi sosial agar pengurus lebih mudah dalam meningkatkan kesadaran beragama Islam mualaf yang dapat diperhatikan dari aspek afektif, konatif, kognitif, dan motorik melalui program-program yang diadakan oleh Mualaf Center Yogyakarta. Program unggulan Mualaf Center Yogyakarta dalam membina

mualaf adala sistem privat satu mualaf satu pendamping, sistem zonasi, dan tes sertifikat mualaf.

Manajemen komunikasi Mualaf Center Yogyakarta memiliki kekurangan pada sistem pendataan yang belum lengkap dan kurang detail sehingga mempersulit dalam mencari data mualaf serta program di dalamnya. Mualaf Center Yogyakarta menggunakan jurnalisme damai dalam pengelolaan media dengan tujuan menghindari konflik. Akan tetapi optimalisasi media sosial untuk berdakwah kurang maksimal sehingga media sosial yang dimiliki hanya bersifat dokumentasi dan terkesan kurang menarik perhatian.

## **B. Saran**

Penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna sehingga penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang muncul. Saran kepada Mualaf Center Yogyakarta untuk lebih memperhatikan manajemen komunikasi sehingga kinerja menjadi lebih optimal serta memperhatikan pendataan sehingga bisa menjadi bahan evaluasi yang jelas. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar bisa menggali data yang lebih detail, baik di Mualaf Center Yogyakarta atau di lembaga kemualafan lainnya. Data yang lebih detail dapat menjadi pembelajaran bagi lembaga mualaf di Indonesia dalam mengembangkan manajemen komunikasi lembaga kemualafan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, Ascharisa, dkk. *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*. Magelang: Pustaka Rumah Cinta, 2020.
- Alam, Sukma. “Jurnalisme Damai Dalam Pembingkai Berita Rasisme Mahasiswa Papua Di Tribunnews. Com Dan Detik. Com”, *Jurnal Pewarta Indonesia* 2, no 2, 2020.
- Ahyadi, A.A. *Psikologi Agama Kepribadian Muslim Indonesia*. Bandung: PT Sinar Baru Algesindo, 2005.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Djalaluddin, A dan Fuad. *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1994.
- Effendi, Usman. *Asas Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999.
- Eriyanto. *Teknik Sampling*. Yogyakarta: LKis, 2007.
- Fitriyanti. “Meneropong Paradigma Komunikasi Profetik”, *Jurnal Alummah* 09, no 01, 2014.
- Furqon, C. *Hakikat Komunikasi Organisasi*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2003.
- George R. Terry dan Rue, L.W. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 1992.
- George R. Terry. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 1990.
- Gunawan, I. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2022.

- Hasmawati, F. "Manajemen dalam Komunikasi", *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen* 5, no 06, 2018.
- Hidayat, H. "Simbolisasi Warna dalam Al-Quran", *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Quran dan Tafsir* 5, no 1, 2020.
- Hidayat, T. "Peran Muallaf Center dalam Pembinaan Keagamaan Muallaf di Yogyakarta", *Soko Guru: Jurnal Ilmu Pendidikan* 1, no 02, 2021.
- Ikran, dkk. "Manajemen Pembinaan Muallaf Kota Kendari (Studi Kasus Lembaga Bina Muallaf-Kaum Dhuafa)", *Al-Munazzam: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Manajemen Dakwah* 02, no 01, 2022.
- Irmayani. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Deepublish, 2021.
- Kartono, K. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Madar Maju, 1986.
- Kuntowijoyo. *Islam sebagai Ilmu, Efistimologi, Metdologi, dan Etika*. Bandung: Teraju Mizan, 2005.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Remaja Rosda Karya, 2010.
- P.H, Longstaff dan Yung, S.U. "Communication Management and Trust: Their Role in Building Resilience to Surprise such as Natural Disasters, Pandemic Flu, and Terorism", *Ecology and Society* 13, no 01, 2008.
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Nurdin, Muhammad. "Manajemen Komunikasi dalam Mengembangkan Mutu Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 2 Ponorogo)", *Skripsi*, UIN Alauddin Makassar, 2021.
- Muharam, R.S. "Membangun Toleransi Umat Beragama di Indonesia Berdasarkan Konsep Deklarasi kairo", *Jurnal Ham* 11, no 02, 2020.
- Nuraghni, F dan Hum, M. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books, 2014.
- Nurjaman, A.R. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.
- Nurminasari. "Manajemen Komunikasi Penanggulangan Bencana (Studi Deskriptif Badan Penanggulangan Bencana Daerah di Kabupaten Bantaeng)", *Skripsi*, UIN Alauddin Makassar, 2017.

- Oktavia, E dan Mastanora R. “Manfaat Mengikuti Pengajian Rutin dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Masyarakat”, *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial, dan Budaya* 1, no 2, 2020.
- Pambudi, R dan Rila, S. “Manajemen Komunikasi Markaz Islamisasi dalam Penyelenggaraan Kajian Jumat Malam”, *Journal of Islamic Communication*, no 2, 2019.
- Ruliana, Poppy. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Raco, J.R. *Metode Kualitatif (Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya)*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- Rahmatika, A. “Manajemen Komunikasi Pariwisata Religi Masjid Jogokariyan Yogyakarta”, *Tesis*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.
- Rhozely, M. Wirman dan Firdaus, M. “Komunikasi Persuasif Pembina dalam Meneguhkan Keyakinan Mualaf pada Mualaf Center Pekanbaru”, *JKMS: Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no 01, 2020.
- Riinawati, R. *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Jakarta: Budaya Baru Press, 2021.m
- Pambudi, Rilo dan Rila Setyaningsih. “Manajemen Komunikasi Markaz Islamisasi dalam Penyelenggaraan Kajian Jumat Malam”, *Sahafa: Journal of Islamic Communication* 02, no 01, 2019.
- Sahputra, D. “Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi”, *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)* 06, no 02, 2020.
- Setiawan, H. “Manajemen Komunikasi Dompot Ummat dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam”, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no 01, 2017.
- Suherman, Ansar. *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Sleman: Deepublish, 2020.
- Sugiyono, D. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Syahputra, Iswandi. *Komunikasi Profetik*. Bandung: Sembiosa, 2007.
- Syamsidar, S. “Strategi Komunikasi Majelis Taklim Nurul Ishlah sebagai Media Pendidikan dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama”, *Jurnal Jurnalisa* 04, no 01, 2018.

- Tahir, A. Cangara dan Arianto, A. “Komunikasi Dakwah Da’i dalam Pembinaan Komunitas Mualaf di Kawasan Pegunungan Karomba Kabupaten Pinrang”, *Jurnal Imu Dakwah* 40, no 02, 2020.
- Tanusi, A. “Hukum Khitan bagi Laki-Laki: Studi Perbandingan Metode Istanbul Ibnu Qudamah dan Ibnu Qayyim Al-Jauziyyah”, *Skripsi*, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- Tisnawati, Ernie. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Yulianti, Tria, R. “Gerakan Sosial Keagamaan Majelis Annur Bandar Lampung dalam Mewujudkan Kesadaran Beragama Remaja”, *Sosio Religia* 02, no 02, 2021.
- Ulya, U. “Peran Yayasan Mualaf Center Indonesia dalam Membina Keagamaan Mualaf di Depok”, *Harmoni* 19, no 01, 2020.
- Wardani, R. “Manajemen Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Jawa Barat”, *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 02, no 01, 2018.
- Widodo, A. “Urgensi Bimbingan Keagamaan Islam terhadap Pembentukan Keimanan Mualaf”, *Jurnal Bimbingan Penyuluh Islam* 01, no 01, 2019.

### **Sumber Elektronik**

- Muslim Atsary. *Kaidah Penting dalam Memahami Al Quran dan Hadist*. Muslim.or.id, 2022. Diakses pada 15 Februari 2023. <https://muslim.or.id/6966-kaedah-penting-dalam-memahami-al-quran-dan-hadits.html>
- Nadirsyah Hosen. *Tafsir Al-Hujurat Ayat 11: Jangan Gampang Mengolok-olok Orang Lain*. NU online, 2017. Diakses pada 19 Februari 2023. <https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-al-hujurat-ayat-11-jangan-gampang-mengolok-olok-IoYT6>

### **Wawancara**

1. Doni, Ketua Mualaf Center Yogyakarta
2. Liana, Pengawas Mualaf Center Yogyakarta, Mualaf
3. Rina, Bendahara Mualaf Center Yogyakarta
4. Liem, Pengurus Mualaf Center Yogyakarta, Mualaf



5. Whenny, Pengurus Mualaf Center Yogyakarta
6. Carolus, Mualaf
7. Lindy, Mualaf

