

**STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA MUALAF CENTER  
YOGYAKARTA DALAM PEMBINAAN KEAGAMAAN MASYARAKAT**



Oleh :  
Arhanudri Davi Mawarni  
NIM: 21202012002

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

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arhanudri Davi Mawarni  
NIM : 21202012002  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 07 Agustus 2023  
Saya yang menyatakan,



Arhanudri Davi M  
NIM: 21202012002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arhanudri Davi Mawarni  
NIM : 21202012002  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 07 Agustus 2023

Saya yang menyatakan,



Arhanudri Davi Mawarni

NIM: 21202012002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1709/Un.02/DD/PP.00.9/10/2023

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Komunikasi Lembaga Muallaf Center Yogyakarta dalam Pembinaan Keagamaan Masyarakat

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ARHANUDRI DAVI MAWARNI, S.Sos.  
Nomor Induk Mahasiswa : 21202012002  
Telah diujikan pada : Rabu, 20 September 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I  
Dr. H. Zainudin, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 6538687e4ef6e



Penguji II  
Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.  
SIGNED

Valid ID: 6530b2184e73c



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

Valid ID: 6528b3a8b8b13



Yogyakarta, 20 September 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 653ef84212a0e

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Kepada Yth.,

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

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Muallaf Center Yogyakarta  
dalam Pembinaan Keagamaan Masyarakat

Oleh

Nama : Arhanudri Davi Mawarni  
NIM : 21202012002  
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.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Yogyakarta, 07 Agustus 2023  
Pembimbing



Dr. H. Zainudin, M.Ag.

## ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari kebingungan mualaf setelah memutuskan untuk konversi agama. Masyarakat menganggap peristiwa konversi agama menjadi sebuah hal tabu. Sehingga, para mualaf mengalami keresahan karena terjadinya konflik yang timbul dari lingkungan sosial. Problematika tersebut seperti dikucilkan oleh keluarga, kehilangan tempat tinggal, krisis ekonomi, tidak mendapatkan pendampingan dan pembinaan. Mualaf Center Yogyakarta (MCY) merupakan lembaga resmi yang bergerak untuk membersamai mualaf serta calon mualaf yang ingin berhijrah. Tidak sebatas pada proses mengsyahadatkan saja tetapi juga ikut serta dalam pembinaan keagamaan dan perlindungan hukum bagi para mualaf. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini meliputi observasi langsung di Mualaf Center Yogyakarta. Selanjutnya melakukan wawancara dengan informan pengawas, pengurus, mualaf dan terakhir dokumentasi. Peneliti menggunakan teori strategi komunikasi Anwar Arifin. Teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/ verifikasi dari Miles dan Huberman. Serta dalam menentukan keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi komunikasi Lembaga Mualaf Center Yogyakarta dalam pembinaan keagamaan masyarakat dilakukan dengan mengenal khalayak, menentukan pesan, menentukan metode dan seleksi penggunaan media. Kemudian, tahapan strategi komunikasi tersebut diimplementasikan dalam program pembinaan keagamaan serta dilakukan tanpa memaksa, namun secara halus dan mengena kepada masyarakat. Strategi komunikasi pembinaan keagamaan yang dilakukan MCY berjalan mengikuti perkembangan zaman. Adanya MCY dapat menghambat gerakan misionaris dari non Islam. Seperti dua sisi mata uang, keberadaan MCY memiliki sisi positif bagi perkembangan Islam, tetapi sisi lain MCY dianggap sebagai ancaman bagi orang-orang non muslim.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Mualaf, Pembinaan Keagamaan**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **ABSTRACT**

*This research starts from the doubts of converts after deciding to convert to religion. Society considers the event of religious conversion to be a taboo matter. Thus, converts experience anxiety due to conflicts arising from the social environment. These problems include being ostracized by family, losing their place of residence, economic crisis, not receiving assistance and guidance. The Yogyakarta Mualaf Center (MCY) is an official institution that works to assist Muslim converts and prospective converts who wish to emigrate. It is not limited to the process of converting to Islam but also participates in religious formation and legal protection for converts. In this research, the author used a qualitative descriptive approach. The data collection technique for this research includes direct observation at the Yogyakarta Mualaf Center. Next, conduct interviews with supervisory informants, administrators, converts and finally documentation. Researchers use Anwar Arifin's communication strategy theory. Data analysis techniques include data reduction, data presentation and drawing conclusions/verification from Miles and Huberman. And in determining the validity of the data, the author uses source triangulation techniques. The results of the research show that the communication strategy of the Yogyakarta Convertible Center Institute for community religious development is carried out by knowing the audience, determining the message, determining the method and selecting the use of media. Then, the communication strategy stages are implemented in a religious development program and are carried out without force, but in a subtle and accessible way to the community. The communication strategy for religious development carried out by MCY follows current developments. The existence of MCY can hinder non-Islamic missionary movements. Like two sides of a coin, the existence of MCY has a positive side for the development of Islam, but the other side of MCY is considered a threat to non-Muslims.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Converts, Religious Development*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **MOTTO**

**Setiap orang punya prosesnya masing-masing.  
Jangan jadikan Tesismu sebagai ladang persaingan.  
Namun, susunlah dengan hati yang ikhlas dan tenang.  
Berpatokanlah pada keyakinan diri.  
Tidak perlu menengok kanan kiri sebab telah mendahului.  
Bersikap acuh bukan berarti tak punya mimpi, tetapi ada rasa iri yang perlu  
dibentengi, agar tak menjadi dengki.  
Berproseslah menurut versi terbaikmu, sebab semua akan bermuara pada  
kalimat pertama.**

**(Arhanudri Davi Mawarni)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah...

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan memberikan kesempatan saya untuk menyelesaikan tugas akhir Tesis dengan segala kekurangannya. Semoga Tesis ini dapat menebarkan keberkahan dan kebermanfaatan bagi sesama.

Tesis ini saya persembahkan untuk,  
Bapak saya, Bapak Suyadi.

Beliau yang senantiasa mendampingi saya sebagai putri kecilnya, untuk menempuh pendidikan Magister hingga lulus dan wisuda. Semoga Bapak bangga dan bahagia melihat putri kecilnya dapat berjalan dalam mencapai titik ini.

Kedua, untuk Ibu Suwarni, Ibu saya tercinta,

Ibu yang telah mengantarkan saya menuju ke gerbang pendidikan ini. Doa ibu mempermudah langkah saya dalam menapaki kerikil-kerikil kehidupan, termasuk dalam menyelesaikan Tesis ini.

Ketiga, untuk adik saya satu-satunya Arhanudri Damar Dirgantara,

Adik lah yang selama ini selalu menemani saya mengerjakan Tesis ini hingga selesai, semoga adik dapat menjadi laki-laki kebanggaan bapak dan ibu, Aamiin. Saya memang bukan terlahir dari keluarga yang berada. Namun, saya bersyukur berada di keluarga yang selalu mengusahakan kebahagiaan untuk anak-anaknya.

Terima Kasih Bapak Ibu tercinta...

## KATA PENGANTAR

Seiring dengan selesainya karya tesis berjudul “Strategi Komunikasi Lembaga Muallaf Center Yogyakarta dalam Pembinaan Keagamaan Masyarakat ”, 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. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Prof. Dr. Phil Al Makin, M.A., yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh Pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh Pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam.
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. H. Zainudin, M.Ag., yang selalu sabar meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan koreksi dan bimbingan hingga tesis ini selesai.
5. Dr. H. Akhmad Rifa'I, M.phil., selaku Dosen Penasehat Akademik yang banyak memberikan wejangan selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff Tata Usaha Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga.
7. Seluruh pengurus dan mualaf di Mualaf Center Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan banyak bantuan bagi penulis dalam melakukan penelitian.
8. Kepada kedua orang tua, Bapak Suyadi dan Ibu Suwarni yang doanya tidak pernah berhenti mengalir serta senantiasa memberikan motivasi dan dukungan finansial tanpa kenal pamrih.
9. Satu-satunya adik tercinta, Arhanudri Damar Dirgantara yang selalu memberikan semangat.
10. Kepada PT Swayasa Prakarsa yang telah memberikan kesempatan penulis untuk bekerja dan menimba ilmu.
11. Teman-teman seperjuangan di Magister KPI 2022 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang tidak kenal lelah memberikan dukungan dan bantuan.
12. Terima Kasih juga kepada beberapa pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 03 Agustus 2023

Penulis,



Arhanudri Davi Mawarni

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
D. Kajian Pustaka .....	9
E. Kerangka Teori.....	13
F. Metode Penelitian .....	22
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM MUALAF CENTER YOGYAKARTA .....</b>	<b>30</b>
A. Sejarah Mualaf Center Yogyakarta .....	30
1. Latar Belakang Berdirinya Mualaf Center Yogyakarta.....	30
2. Susunan Pengurus Mualaf Center Yogyakarta .....	32
3. Tujuan dan Visi Misi Mualaf Center Yogyakarta.....	34
4. Filosofi Logo Mualaf Center Yogyakarta.....	35

B. Skema Proses Syahadat Mualaf Center Yogyakarta .....	36
<b>BAB III : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA MUALAF CENTER YOGYAKARTA .....</b>	<b>39</b>
A. Mengenal Khalayak .....	40
B. Menentukan Pesan .....	57
C. Menentukan Metode .....	77
D. Seleksi Penggunaan Media.....	95
<b>BAB : IV PENUTUP.....</b>	<b>112</b>
A. Kesimpulan.....	112
B. Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>116</b>



## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Gedung Dakwah Mualaf Center Yogyakarta, 33.
- Gambar 2 Logo Mualaf Center Yogyakarta, 36.
- Gambar 3 Website Mualaf Center Yogyakarta, 38.
- Gambar 4 Presentase Mualaf di MCY, 43.
- Gambar 5 Proses Pembinaan Mualaf, 52.
- Gambar 6 Buku Panduan Praktis Hijrah MCY, 54.
- Gambar 7 Pamflet Kajian Majelis Hijrah, 70.
- Gambar 8 Pamflet Kajian Majelis Mumtaza, 72.
- Gambar 9 Kajian Tiga Bulanan bersama Koh Dondy, 75.
- Gambar 10 Program Khitan MCY, 81.
- Gambar 11 Program Hapus Tato MCY, 85.
- Gambar 12 Diskusi MCY dengan Unida Gontor dan IDT Malaysia, 88.
- Gambar 13 Khutbah Jumat oleh Barisan Muda, 95.
- Gambar 14 Channel Youtube MCY, 101.
- Gambar 15 Akun Instagram MCY, 103.
- Gambar 16 Akun Tiktok MCY, 106

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Manusia sebagai makhluk sosial dalam melakukan proses interaksi tidak lepas dari peran komunikasi. Proses komunikasi yang tidak terjaga dengan baik akan berdampak negatif bagi perkembangan lingkungan, karena komunikasi telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Wilbur Scharmm dalam bukunya Widjaja, mengatakan bahwa proses komunikasi selalu mengandung tiga unsur, yaitu sumber, pesan dan tujuan.<sup>1</sup> Demikian pula proses komunikasi dakwah mencakup unsur-unsur dakwah, seperti da'i sebagai komunikator, mad'u sebagai komunikan, dan adanya materi dakwah.

Menurut Syamsuddin dalam bukunya, dakwah adalah proses implementasi seorang muslim yang kemudian mengajarkan atau menyiarkan kepada suatu kelompok masyarakat, dengan tujuan mengajak kebaikan dan mampu mengamalkan ajaran Islam sebagai pedoman hidup.<sup>2</sup> Dalam bukunya, Mulkhan mengatakan tujuan dakwah haruslah menjadi jembatan yang menghubungkan fitrah manusia dengan agama menuju kebenaran menurut Al-Qur'an dan Hadits, yang selanjutnya dapat diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.<sup>3</sup>

Seiring berjalannya waktu, proses dakwah mengalami banyak perubahan. Saat ini, dakwah membutuhkan strategi komunikasi agar hasil yang didapat sesuai

---

<sup>1</sup> H.A.W Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, cet. ke-2 ( Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 26.

<sup>2</sup> Syamsudin RS, *Sejarah Dakwah* (Bandung: PT Simbiosis Rekatama Media, 2016), 50.

<sup>3</sup> Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan M. Natsir & Azhar Basyir* (Yogyakarta: Sypress, 1996), 75.

dengan perencanaan. Strategi komunikasi menjadi aturan penting dalam kelangsungan proses atau kegiatan dakwah dalam mencapai tujuan. Karena sebagai seorang dai harus memiliki keahlian khusus untuk menetapkan tujuan dakwah sesuai dengan strategi yang digunakan.

Konversi agama menggambarkan kejadian yang menarik perhatian publik, karena dipandang sebagai hal penting bagi keberlangsungan hidup manusia. Konversi agama menjadi fenomena yang sering ditemui di Indonesia terlebih dari non-muslim ke muslim dengan penyebutannya sebagai mualaf.<sup>4</sup> Melakukan tindakan konversi agama, sangat berisiko terjadinya konflik yang timbul dari lingkungan sosial sebelumnya. Oleh karena itu, mualaf merasa dikucilkan oleh keluarga dan masyarakat karena faktor ketidaksetujuan. Fenomena semacam itu menarik perhatian masyarakat karena pindah agama merupakan peristiwa sakral bagi kelangsungan hidup manusia.<sup>5</sup>

Mualaf menjadi bagian dari *Almustad'afin* (orang yang lemah).<sup>6</sup> Banyak dari mereka yang memutuskan untuk pindah agama karena Al-Qur'an, dimana mampu memberikan kesan mendamaikan dan menenangkan hati, melalui ayat serta maknanya. Para mualaf yang tengah menghadapi hambatan memerlukan dukungan dari lingkungannya. Keputusan perpindahan agama adalah kombinasi dari pertimbangan perasaan, proses belajar dan sosial.

---

<sup>4</sup> Titian Hakiki, Rudi Cahyono, "Komitmen Beragama Pada Mualaf (Studi Kasus Pada Mualaf Usia Dewasa)", *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, vol. 4, no.1 April 2015, 21.

<sup>5</sup> Hafidz Muhdhori, "Treatment Dan Kondisi Psikologi Mualaf Studi Kasus Pada Mualaf Usia Dewasa", *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, vol. 4, no. 1 April 2015, 4.

<sup>6</sup> Hikmawati, "Strategi Dakwah Sekolah Cendekia Baznas (Scb) Terhadap Mualaf", (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2023), 1.



Pandangan Zakiyah Daradjat mengenai agama dalam diri mualaf menjadi gabungan dari kesadaran dan pengalaman beragama.<sup>7</sup> Menurut laporan yang diterbitkan Afkaruna.id pada 2 April 2022, tidak ada data akurat jumlah mualaf di Indonesia. Republika.co.id mengambil dari Mualaf Center Indonesia (MCI), data mualaf Indonesia dari tahun 2003 hingga 2009 adalah sekitar 58.000. Berdasarkan data tersebut, rata-rata jumlah mualaf per tahun adalah 3.625, namun kemungkinan jumlah mualaf jauh lebih tinggi dibandingkan dengan data yang ada.<sup>8</sup>

Sering dijumpai lembaga yang menangani masalah mualaf, seperti masjid dan taklim, tetapi mereka hanya sebatas pada proses pengislaman. Penting bagi mualaf untuk mempelajari ilmu agama lebih dalam, yang dapat berdampak positif bagi kehidupannya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan program pembinaan. Selain itu, diperlukan strategi komunikasi yang tepat untuk memudahkan para mualaf dalam menerima pesan yang disampaikan.

Mualaf Center Yogyakarta (MCY) merupakan lembaga resmi yang bergerak untuk membersamai mualaf serta calon mualaf yang ingin berhijrah. Tidak sebatas pada proses meng-syahadatkan saja tetapi juga ikut serta dalam pembinaan keagamaan, tujuannya agar para mualaf dapat mendalami agama Islam. Selain itu, juga terdapat perlindungan hukum bagi para mualaf, program ini dijalankan agar para mualaf tetap percaya diri dengan keputusan yang telah dipilih. Dalam menjalankan aktivitas dakwahnya, lembaga ini bertempat di Gedung Dakwah Mualaf Center

---

<sup>7</sup> Subandi, *Psikologi Agama Dan Kesehatan Mental* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 30.

<sup>8</sup> Achmad Fathurrohman, "Dilema Mualaf: Urgensi Madrasah Mualaf di Indonesia", *Afkaruna.id*, 24 April 2022, 1.

Yogyakarta. Lembaga yang berdiri pada tanggal 14 September 2014, menjadi bagian dari lembaga Mualaf Center Indonesia (MCI) yang berada di Jakarta dan aktif kurang lebih dalam 10 tahun.

Dilansir dari website resmi MCY jumlah mualaf dalam empat tahun terakhir terdapat 2.566 orang, tahun 2019 ada 627 orang, tahun 2020 berjumlah 788 orang, tahun 2021 terdiri 526 orang, dan tahun 2022 terdapat 625 orang.<sup>9</sup> Berdasarkan data yang telah tertulis, para mualaf tersebut datang dari berbagai kalangan, mulai dari *public figure*, dan masyarakat lokal. Menanggapi hal tersebut, MCY menyajikan program pembinaan keagamaan bagi mualaf, agar tetap istiqomah pada keputusannya. Penguatan bagi mualaf yang dilakukan MCY tidak sebatas pada keagamaan saja melainkan juga pendidikan serta sosial.

Kepercayaan masyarakat terhadap MCY sebagai lembaga pembinaan mualaf, tercermin melalui beberapa artis yang melakukan prosesi ikrar dua kalimah syahadat yang didampingi oleh pengurus MCY. Dikutip dari *Tribunnews.com*, pada tanggal 30 Oktober 2018 Roger Danuarta memutuskan berpindah keyakinan sebagai muslim.<sup>10</sup> Kemudian dilansir dari *CNNIndonesia.com*, tanggal 21 Juni 2019 Deddy Corbuzier resmi menjadi mualaf.<sup>11</sup>

Lembaga Mualaf Center, pada dasarnya tidak hanya Mualaf Center Yogyakarta saja, melainkan di kota Solo terdapat Mualaf Center Soloraya. Dilihat melalui postingan akun Instagram @mualafcentersoloraya, terdapat beberapa

---

<sup>9</sup> Dokumentasi data Mualaf Center Yogyakarta diakses pada 11 Maret 2023.

<sup>10</sup> Nurul Hanna, "Ketua Mualaf Center Yogyakarta: Roger Danuarta Sudah Lama Mempelajari Islam", *Tribunnews*, 30 Oktober 2018, 1.

<sup>11</sup> Usman Hadi, "Deddy Corbuzier Resmi Jadi Mualaf", *CNNIndonesia*, 21 Juni 2019, 1.

program seperti kajian rutin dan ikrar dua kalimah syahadat.<sup>12</sup> Pada kota lain, di daerah Semarang terdapat lembaga Mualaf Center Semarang. Diakses dari @mualafcentersemarang menyajikan program berupa, kajian rutin, ikrar dua kalimah syahadat, program peduli seperti pemberdayaan janda dan peduli bencana.<sup>13</sup> Melihat dua lembaga tersebut, terdapat kelebihan yang dimiliki oleh MCY sebagai lembaga mualaf yaitu dari segi strategi komunikasi dan program pembinaan yang dilakukan lebih bervariasi.

Program pembinaan yang dilakukan MCY ialah memberikan edukasi mengenai tata cara dalam beragama Islam dengan terbuka. Pembinaan tersebut berupa, mengenalkan tauhid, ilmu dasar fiqih, aqidah-akhlak, Al-Quran-Hadits, serta cara mengimplementasikannya. Segala informasi tersebut agar mudah diterima oleh audiens, dibutuhkan strategi komunikasi. MCY dalam membagikan pesan dakwahnya, dilakukan secara langsung dan bantuan media.

Dalam mengkomunikasikan dakwahnya secara luas, Lembaga MCY juga memanfaatkan media sosial. Media sosial tersebut meliputi Instagram, Facebook, YouTube, Twitter dan TikTok. Dalam beberapa platform tersebut, MCY menyuguhkan postingan kegiatan dakwah yang sebelumnya telah dilaksanakan. Pada awal berdirinya MCY program yang ditonjolkan berupa proses mensyahadatkan serta pembinaan keagamaan dasar.

Seiring berjalannya waktu terdapat pembaharuan program dilakukan MCY yang lebih mengembangkan kepada aksi peduli sosial. Dengan bertujuan, tidak

---

<sup>12</sup> Dokumentasi data Mualaf Center Yogyakarta diakses 11 Maret 2023.

<sup>13</sup> Dokumentasi data Mualaf Center Yogyakarta diakses 11 Maret 2023.

hanya difokuskan kepada mualaf saja melainkan kepada seluruh masyarakat. Seluruh pembaharuan program tersebut kemudian di publikasikan melalui beberapa media sosial yang dimiliki oleh MCY. Dengan adanya publikasi, dapat menjadi wadah dokumentasi dalam membantu masyarakat untuk pemenuhan kebutuhan informasi.

Forum-forum kajian dalam bentuk kelompok besar dan kecil dibuat oleh MCY, agar dengan mudah menyesuaikan kondisi mualaf. Aktifitas dakwah secara tatap muka oleh MCY dengan adanya beberapa agenda meliputi, kajian rutin untuk mualaf serta kajian *munmtaza* Ahad. Selain itu, terdapat kajian rutin yang berada di desa binaan, bertujuan untuk menjaga iman, islam, dan menjalin ukhuwah. Program yang lainnya meliputi, *social movement* atau Jumat berkah, program hapus tato dan ikrar dua kalimah syahadat.

Kegiatan dakwah secara langsung menjadi wahana untuk membantu MCY menyampaikan pesan-pesan dakwah. Komunikasi langsung dapat menumbuhkan rasa saling percaya antara da'i dengan mualaf. Sehingga mualaf dapat menyerap pesan dakwah dan menumbuhkan semangat dalam beribadah. Beberapa program yang disampaikan dengan strategi komunikasi tersebut, diharapkan dapat mengajak mualaf dengan cara yang baik, tanpa adanya paksaan. Selain itu, dapat memberikan contoh dengan kegiatan positif, sehingga mampu menggerakkan mualaf untuk berhijrah.

Berdakwah menjadi kewajiban setiap muslim,<sup>14</sup> Lembaga MCY dalam praktiknya telah melakukan dakwah kepada mualaf. Sehingga MCY membutuhkan strategi komunikasi untuk menyesuaikan metode dengan materi yang akan disampaikan. Pemilihan strategi secara baik, mampu membawa pesan dakwah tepat kepada sasaran. Pemanfaatan perencanaan memiliki dampak positif dalam menentukan pola strategi tentang etika berdakwah terhadap pesan yang disampaikan kepada mad'u.<sup>15</sup>

Dari berbagai strategi komunikasi dakwah oleh para da'i, nilai keberhasilan dakwah tercermin dari tingkat konsisten mad'u ketika mempraktikkan seluruh pengetahuan yang diterima. Sama seperti yang dilakukan oleh mualaf di lembaga MCY sebagai obyek dakwah. Serta pembentukan nilai ajaran Islam tidak dilihat dari cara penyampaiannya, namun dari cara mengamplifikasikan sehari-hari.

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pembinaan keagamaan di Mualaf Center Yogyakarta (MCY) dengan mempergunakan strategi komunikasi kepada para mualaf dengan judul "Strategi Komunikasi Lembaga Mualaf Center Yogyakarta Dalam Pembinaan Keagamaan Masyarakat".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah yang hendak diteliti ialah:

<sup>14</sup> Moh. Ali Aziz, *Edisi Revisi Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), 2.

<sup>15</sup> Samsul Arifin, dkk, "Dakwah Mualaf Strategi Dan Pola Dakwah Untuk Mualaf Di Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya", *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman*, vol. 1, no. 1 Maret 2018, 88.

1. Bagaimana upaya Lembaga Mualaf Center Yogyakarta dalam mengenal khalayak?
2. Bagaimana Lembaga Mualaf Center Yogyakarta dalam menentukan pesan pembinaan keagamaan?
3. Bagaimana metode yang digunakan Lembaga Mualaf Center Yogyakarta dalam pembinaan keagamaan?
4. Bagaimana seleksi penggunaan media oleh Lembaga Mualaf Center Yogyakarta?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis Lembaga Mualaf Center Yogyakarta dalam mengenal khalayak.
- b. Untuk menganalisis Lembaga Mualaf Center Yogyakarta dalam menentukan pesan pembinaan keagamaan.
- c. Untuk menganalisis metode yang digunakan Lembaga Mualaf Center Yogyakarta dalam pembinaan keagamaan.
- d. Untuk menganalisis seleksi penggunaan media oleh Lembaga Mualaf Center Yogyakarta.

#### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Kegunaan Teoritis

Manfaat teoritis sebagai penambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya pada rumpun komunikasi dan penyiaran islam. Sebagai bentuk pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran islam, maka direalisasikan

dengan penelitian ini dan diharapkan dapat menjadi referensi pada kajian selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

Dapat menjadi referensi sebagai tempat pengabdian untuk mendampingi proses pembinaan keagamaan pada mualaf. Kajian ini diharapkan dapat menjadi acuan guna mendalami penelitian selanjutnya dalam meningkatkan pembinaan keagamaan mualaf.

#### D. Kajian Pustaka

Pentingnya melakukan kajian pustaka untuk menemukan kebaruan bagi penelitian selanjutnya serta melihat persamaan dan perbedaan dari sudut pandang beberapa penelitian terkait. Beberapa penelitian berikut ini berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, antara lain:

1. Pemberdayaan Mualaf Pasca Konversi Di Mualaf Center Yogyakarta, dalam Jurnal Tarbiyatuna Vol.11 No. 1 (2020), yang diteliti oleh Arafat Noor Abdillah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian ini dengan terdahulu terdapat pada objeknya di Mualaf Center Yogyakarta. Kemudian metode penelitian yang digunakan memiliki kesamaan yaitu deskriptif-kualitatif. Letak perbedaannya, jika penelitian terdahulu menggunakan psikologi agama dan teori pemberdayaan keagamaan. Namun pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori strategi komunikasi untuk membantu memperoleh data dari lapangan. Adapun

---

<sup>16</sup>Arafat Noor Abdillah, "Pemberdayaan Mualaf Pasca Konversi di Mualaf Center Yogyakarta", *Jurnal Tarbiyatuna: Kajian Pendidikan Islam*, vol. 11, no. 1 Juni 2020, 23.

perbedaan lain terlihat pada topik pembahasan, penelitian terdahulu hanya fokus dengan pemberdayaan mualaf. Sedangkan dalam penelitian ini lebih membahas strategi komunikasi dalam proses pembinaan keagamaan mualaf.

2. Peran Mualaf Center Yogyakarta Terhadap Keberfungsian Sosial Mualaf Perspektif Pekerjaan Sosial, Dalam Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Vol.10 No.1 (2021), penelitian ini dilakukan oleh Noorkamilah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.<sup>17</sup>

Letak kesamaan penelitian terdahulu dengan saat ini yaitu pada objeknya. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data terdapat kemiripan yaitu penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian terdahulu menyimpulkan, Mualaf Center Yogyakarta melakukan pemenuhan kebutuhan dasar baik sosial, psikologis, dan fisik. Terdapat berbagai kegiatan sosial antara lain penyuluhan, pendampingan individu dan kelompok. Pembahasan pada penelitian terbaru merujuk mengenai pembinaan keagamaan di Mualaf Center Yogyakarta (MCY) dengan mempergunakan strategi komunikasi kepada para mualaf, sehingga letak perbedaannya terlihat jelas pada pembahasannya.

3. Peran Mualaf Center Dalam Pembinaan Keagamaan Mualaf Di Yogyakarta, dalam Jurnal Soko Guru Vol.1 No.2 (2021), oleh Topan Hidayat, IAIN Fattahul Muluk Papua.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Noorkamilah, "Peran Mualaf Center Yogyakarta Terhadap Keberfungsian Sosial Mualaf Perspektif Pekerjaan Sosial", *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, vol. 10, no. 1, Februari 2021, 2.

<sup>18</sup> Topan Hidayat, "Peran Mualaf Center Dalam Pembinaan Keagamaan Mualaf Di Yogyakarta", *Soko Guru: Jurnal Ilmu Pendidikan*, vol. 1, no. 2, Agustus 2022, 59.



Objek yang digunakan pada penelitian terdahulu dengan saat ini yaitu sama di Mualaf Center Yogyakarta. Penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya membahas tentang peran Mualaf Center Yogyakarta dalam pembinaan keagamaan para mualaf. Kajian ini mengacu pada strategi komunikasi yang digunakan dalam pembinaan keagamaan mualaf.

4. Pola Pembinaan Dan Pendidikan Agama Islam Pada Mualaf (Studi Kasus Lima Mualaf Di Dusun Ngandong Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta), dalam Tesis oleh Yuniarsih, Program Studi Pendidikan Agama Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2019.<sup>19</sup>

Persamaan penelitian ini dengan terdahulu yaitu subjek yang digunakan. Walaupun memiliki kesamaan pada subjek, namun objek yang dipilih memiliki perbedaan. Penelitian terdahulu dengan objek lima mualaf di Dusun Ngandong Kecamatan Turi Yogyakarta, sedangkan penelitian ini di Lembaga Mualaf Center Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam kedua kajian ini yaitu penelitian kualitatif, tetapi penelitian terdahulu dengan metode deskriptif analitik, sedangkan penelitian terbaru menggunakan deskriptif kualitatif. Perbedaannya terlihat pada pembahasannya, kajian terdahulu lebih condong pada pola pembinaan dan pendidikan agama islam pada mualaf dengan menggunakan teori pendidikan. Sementara itu, penelitian ini membahas

---

<sup>19</sup> Yuniarsih, "Pola Pembinaan Dan Pendidikan Agama Islam Pada Mualaf (Studi Kasus Lima Mualaf Di Dusun Ngandong Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta)", (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019), 10.

tentang strategi komunikasi yang digunakan Mualaf Center Yogyakarta dalam kaitannya dengan pembinaan mualaf, dengan teori komunikasi.

5. Strategi Dakwah Sekolah Cendekia Baznas (SCB) Terhadap Mualaf, Tesis dari Hikmawati, Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2023.<sup>20</sup>

Letak kesamaan kedua penelitian ini membahas mengenai mualaf dengan menggunakan kualitatif metode deskriptif. Melalui observasi langsung, wawancara, serta dokumentasi juga mengkaji literatur yang sesuai. Sedangkan perbedaannya terlihat pada teori dan konsep yang digunakan, penelitian dahulu menggunakan teori strategi dakwah yang disandarkan yaitu milik Hikmawati terkait strategi dakwah sentimental, rasional, dan indriawi. Sementara, pada kajian terbaru menggunakan teori komunikasi dari Anwar Arifin. Melihat pada pembahasan, jika penelitian terdahulu mengambil strategi dakwah sekolah cendekia Baznas terhadap mualaf. Namun pembahasan terbaru merujuk pada strategi komunikasi Lembaga Mualaf Center Yogyakarta dalam pembinaan keagamaan mualaf.

6. Manajemen Komunikasi Mualaf Center Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Islam Mualaf, Tesis dari Fikriyatul Islami Mujahidah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2023.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Hikmawati, "Strategi Dakwah Sekolah Cendekia Baznas (SCB) Terhadap Mualaf", (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023), 6.

<sup>21</sup> Fikriyatul Islami Mujahidah, "Manajemen Komunikasi Mualaf Center Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Islam Mualaf", (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023), 1.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan saat ini terletak pada objek yang sama di Mualaf Center Yogyakarta. Penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif pendekatan *field reserch*, dengan teori manajemen komunikasi Parag Diwan dan teori kesadaran beragama Abdul Aziz. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teori strategi komunikasi Anwar Arifin. Perbedaannya terletak pada pembahasan, jika penelitian dahulu merujuk pada manajemen dalam melaksanakan dan mengatur guna meningkatkan kesadaran beragama mualaf. Sedangkan penelitian ini fokus pada strategi komunikasi untuk perencanaan jangka panjang dalam pembinaan keagamaan masyarakat.

Berdasarkan pembahasan kajian pustaka di atas, belum ditemukan penelitian yang membahas secara spesifik terkait strategi komunikasi dalam pembinaan keagamaan masyarakat yang dilaksanakan oleh Mualaf Center Yogyakarta. Sehingga, *novelty* dari penelitian ini terletak di strategi komunikasi Mualaf Center Yogyakarta. Beberapa penelitian yang dilaksanakan di Mualaf Center Yogyakarta membahas terkait peran, pemberdayaan dan manajemen dari lembaga tersebut. Namun, belum terlihat penelitian terkait strategi komunikasi, sehingga dapat memunculkan kebaruan melalui penelitian ini.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Strategi Komunikasi**

#### **a. Pengertian Strategi Komunikasi**

Dalam bukunya, Effendy menjelaskan bahwa strategi adalah perencanaan dan pengelolaan dalam mencapai tujuan. Namun, untuk

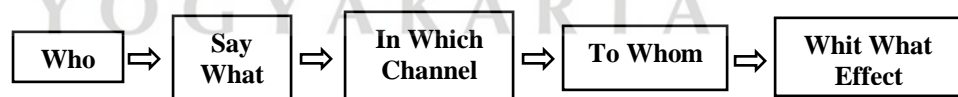
mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai pedoman, tetapi juga menunjukkan taktik operasionalnya.<sup>22</sup> Sedangkan strategi komunikasi ialah pedoman dalam perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan.<sup>23</sup>

Dalam mencapai tujuannya, strategi komunikasi perlu memperlihatkan terkait operasionalnya yang secara taktik dilakukan. Dalam artian, sebuah pendekatan (*approach*) dapat berubah tergantung situasi, kondisi, serta waktu. Terdapat beberapa elemen untuk menerapkan strategi komunikasi, dimana sumber (komunikator) menjadi unsur penting di dalamnya.<sup>24</sup>

Dalam bukunya Effendi,<sup>25</sup> Laswell menyatakan bahwa untuk mengetahui komponen-komponen komunikasi perlu menjawab beberapa pertanyaan berikut :

*Siapakah komunikatornya?*  
*Pesan apa yang dinyatakannya?*  
*Media apa yang digunakannya?*  
*Siapa komunikannya?*  
*Efek apa yang diharapkan ?*

**Tabel 1. Bagan Model Komunikasi Harold D. Lasswell.<sup>26</sup>**



<sup>22</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), 301.

<sup>23</sup> *Ibid.*, 301.

<sup>24</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek* (Bandung: PT. Rosdakarya, 2006), 32.

<sup>25</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dimensi Dimensi Komunikasi* (Bandung: Alumni, 1986), 37.

<sup>26</sup> Werner J. Severin and James W. Tankard, Jr, *Communication Theories, Orgins, Methods and Uses in the Mass Media* (New York: Logman, 1992), 38.

b. Unsur-Unsur Penting Strategi Komunikasi

Anwar Arifin dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas” mengemukakan gagasan bahwa ada lima unsur penting dalam menyusun strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:<sup>27</sup>

1) Mengetahui khalayak

Strategi merupakan suatu keputusan keseluruhan yang bersyarat mengenai tindakan yang akan diambil untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, dalam membangun strategi komunikasi, perlu memperhatikan kondisi dan keadaan audiens. Sehingga, hal pertama yang perlu diambil adalah mengetahui audiens. Sasarannya khalayak bersifat aktif tidak pasif, sehingga hubungan tidak hanya terjalin, tetapi juga dapat mempengaruhi komunikan dan komunikator. Audiens dapat dipengaruhi oleh komunikator, namun komunikator dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak. Dalam menselaraskan tujuan tersebut maka komunikator perlu memahami pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman lapangan (*field of experience*) khalayak dengan tepat, yang terdiri dari:

1. Mengetahui keadaan khalayak baik secara fisik dan kepribadian yang terdiri dari, pengetahuan khalayak mengenai inti permasalahan, pengetahuan khalayak dalam menerima pesan-

---

<sup>27</sup> Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas* (Jakarta: Rajawali Press, 1998), 50.

pesan melalui media yang digunakan, pengetahuan khalayak terakit kumpulan kosa kata yang digunakan.

2. Pengaruh dari kelompok atau masyarakat serta perbedaan norma dalam setiap kelompok.
3. Keadaan dan kondisi suatu kelompok berada.

## 2) Menentukan Pesan

Setelah mengetahui audiens dan situasinya, langkah selanjutnya dalam membangun strategi komunikasi adalah menyusun pesan, artinya menentukan topik dan isi dengan arah yang dapat menarik “perhatian”. Kondisi yang perlu dipertimbangkan saat menulis pesan akan menentukan subjek dan isinya.

Ketentuan pertama dalam mengajak khalayak dari sebuah pesan terletak pada menumbuhkan “perhatian”. Hal tersebut senada dengan *AA. Procedure* atau *From Attention To Action Procedure*. Artinya menumbuhkan perhatian (*attention*) kemudian dapat mengarahkan seseorang untuk melaksanakan kegiatan (*action*) sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

Diluar dari *AA. Procedure*, terdapat rumus AIDDA yang terdiri dari *adoption process*, berupa *attention, interest, desire, decision*, dan *action*. Dimana berawal dari menumbuhkan perhatian, memunculkan minat serta ketertarikan (*interest*), serta banyak mempunyai keinginan (*desire*), dan berujung pada penerimaan keputusan serta mengaplikasikan dalam sebuah tindakan (*action*).

### 3) Menetapkan Metode

Setelah mengidentifikasi audiens dengan mendefinisikan situasi dan mempersiapkan pesan yang ingin disampaikan, langkah selanjutnya adalah menentukan metode yang tepat untuk menyampaikan pesan tersebut. Dalam memilih metode, pesan, situasi audiens, fasilitas dan biaya harus disesuaikan. Dalam bukunya “Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas”, Anwar Arifin menjelaskan terdapat metode dalam membentuk komunikasi yang efektif, sebagai berikut:<sup>28</sup>

#### a) *Redundancy (repetition)*

Proses mengundang audiens dengan mengulang-ulang pesan, cara ini mempunyai kelebihan yang bisa dimanfaatkan. Manfaatnya adalah khalayak akan lebih fokus pada pesan, karena pengulangan pesan dapat meningkatkan konsentrasi dan menarik perhatian. Keunggulan berikutnya adalah audiens tidak mudah melupakan pesan yang disampaikan secara berurutan. Metode berulang ini kemudian memberikan kesempatan kepada komunikator untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan tanpa sengaja saat menyampaikan sebelumnya.

---

<sup>28</sup> Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas* (Bandung: Armico, 1984), 73.

*b) Canalizing*

Sebelum mempengaruhi khalayak, perlu dipahami pengalaman khalayak tersebut dan kemudian mampu mengembangkan pesan dan metode yang tepat. Tujuannya adalah untuk memudahkan khalayak menerima pesan yang diinginkan. Dengan kata lain, komunikator mempersiapkan prosedur-prosedur tertentu bagi khalayak, yang juga mencakup proses memahami dan menemukan pengaruh kelompok terhadap setiap khalayak.

*c) Informatif*

Jenis pesan yang umum dalam komunikasi massa adalah pesan Informatif. Pesan Informatif adalah pesan yang mempengaruhi khalayak dengan menggunakan metode penerangan. Penerangan tersebut ialah menyampaikan pesan tanpa dibuat-buat dan secara sungguh-sungguh. Pesan informatif didukung oleh fakta dan data yang relevan disertai opini yang sesuai. Jadi, Sehingga dengan penerangan (information), pesan tersebut dapat diverifikasi kebenarannya. Jadi, dalam hal ini komunikator dapat mempunyai kesempatan untuk mengevaluasi, mempertimbangkan dan memutuskan berdasarkan pemikiran yang matang.



d) Persuasif

Persuasif adalah proses mempengaruhi audiens dengan membujuk mereka melalui pikiran dan emosi. Cara ini mempengaruhi khalayak dengan menghalangi mereka untuk berpikir kritis dan tanpa disadari penonton bisa terpengaruh (sugesti). Oleh karena itu, dalam metode ini komunikator harus menciptakan situasi yang nyaman dan mampu mempengaruhi komunikator. Ketika mengembangkan sugesti, komunikator harus mengambil langkah-langkah seperti penghambatan, memecah belah proses berpikir, penghambatan proses berpikir yang berasal dari kelelahan dan rangsangan emosional.

e) Metode Pendidikan (edukasi)

Upaya mempengaruhi khalayak berdasarkan pertanyaan umum yang diajukan dapat dilakukan dalam bentuk pesan yang memuat: pendapat, fakta dan pengalaman. Metode ini juga dapat dikatakan sebagai metode pendidikan. Pendidikan berarti menyampaikan gagasan kepada masyarakat secara sengaja, teratur dan terencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

f) *Cursive Method*

Teknik metode kursif melibatkan mempengaruhi penonton dengan cara yang memaksa. Dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima pendapat atau gagasan yang diberikan tanpa

berpikir panjang, sehingga pesan komunikator tersebut selain pendapat tersebut juga secara tersirat mengandung ancaman. Cara penulisan kursif ini seringkali diwujudkan dalam bentuk peraturan, perintah, dan ancaman, dan untuk memperlancar pelaksanaannya seringkali dilengkapi dengan kekuatan yang dahsyat.

#### 4) Seleksi Penggunaan Media

Media adalah sarana penyampaian pesan atau informasi dari komunikator ke komunikan untuk mencapai suatu tujuan. Media hadir dalam berbagai jenis, seperti media cetak, media tulis, media elektronik dan saat ini muncul media sosial. Setiap media tersebut memiliki karakteristik dan efektivitasnya masing-masing. Oleh karena itu, komunikator harus memahami dengan jelas karakteristik masing-masing media, dimana akan mempengaruhi penentuan media yang digunakan dan mencocokkan karakteristik pesan dan khalayak.

Ilmu komunikasi memperkenalkan komunikasi tatap muka dan media sebagai piranti. Jika mereka dapat menjangkau target audiens dengan mudah, mereka dapat menggunakan komunikasi langsung. Namun jika menysasar masyarakat luas, maka menggunakan media. Sesuai dengan perkembangan zaman, media yang memudahkan seseorang menjalin komunikasi saat ini adalah media sosial, seperti YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, serta penggunaan website.

### c. Tujuan Strategi Komunikasi

Adanya strategi komunikasi dibuat sebagai perencanaan dalam mencapai tujuan, terdapat beberapa tujuan dari strategi komunikasi tersebut meliputi:

#### 1. Memberitahu (*Announcing*)

Adanya strategi komunikasi bertujuan untuk memberitahu (*Announcing*) sebuah informasi. Sehingga, informasi yang akan dipublikasikan harus memiliki kaitan dengan informasi utama dan mengandung unsur-unsur penting.<sup>29</sup>

#### 2. Mendidik (*Educating*)

Strategi komunikasi tidak hanya memberitahu sebuah pesan, tetapi pesan tersebut harus memuat informasi mendidik dan membawa dampak baik bagi penerima pesan.

#### 3. Menyebarkan informasi (*Informing*)

Tujuan dari strategi komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada khalayak yang menjadi sasaran komunikasi. Informasi yang disampaikan harus bersifat aktual, singkat, padat dan mudah dipahami.

#### 4. Memotivasi (*Motivating*)

Salah satu tujuan dari strategi komunikasi adalah memotivasi, sehingga pesan yang disebarkan kepada khalayak diharapkan dapat

---

<sup>29</sup> Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana, 2011), 248.

membawa perubahan baik dari cara berfikir dan berperilaku atau dapat memotivasi komunikasi.

#### 5. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Strategi komunikasi dalam konteks ini bermaksud membantu komunikasi dalam pengambilan keputusan dan implementasi setelah menerima pesan yang didapatkan dari komunikator.<sup>30</sup>

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy.J. Moleong berpendapat, pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang mendapatkan data deskriptif tentang orang-orang dan perilaku yang diamati dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan.<sup>31</sup> Penulis memaparkan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta di lapangan dalam kaitannya dengan “Strategi Komunikasi Lembaga Muallaf Center Yogyakarta Dalam Pembinaan Keagamaan Masyarakat”.

### 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Gedung Dakwah Muallaf Center Yogyakarta, yang beralamatkan di Pandeyan, Bangunharjo, Kec. Sewon, Kab Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55187. Penelitian dilakukan pada bulan Mei - Juli 2023 atau sampai data yang dibutuhkan peneliti terpenuhi. Data yang

<sup>30</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, 249.

<sup>31</sup> Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 4.

diambil oleh peneliti terhitung dari bulan Januari 2022 - Agustus 2023. Alasan pemilihan lokasi ini karena Mualaf Center Yogyakarta memiliki strategi komunikasi yang memumpuni dalam proses pembinaan keagamaan masyarakat terutama yang memutuskan untuk bermualaf.

**Tabel 3. Timeline Penelitian**

Kegiatan	Tahun 2023						
	Bulan						
	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep
<b>Tahapan Persiapan Penelitian</b>							
Pengajuan Judul	■						
Penyusunan Proposal	■						
Pra Penelitian	■						
<b>Tahapan Pelaksanaan</b>							
Seminar Proposal		■					
Revisi			■				
Penelitian			■	■	■		
<b>Tahap Penyusunan Laporan</b>							
Penyusunan Tesis			■	■	■		
Analisis Data			■	■	■		
Sidang Munaqosyah							■

### 3. Sumber Data

#### a. Sumber data primer

Data primer merupakan data utama yang didapatkan melalui wawancara langsung dari sumbernya serta memiliki peran dalam bidangnya, kegiatan pengamatan dan mendengarkan.<sup>32</sup> Data primer penelitian ini berupa wawancara dari informan yang sudah disesuaikan dengan penelitian ini. Kemudian data primer juga diperoleh melalui observasi pada kegiatan Strategi Komunikasi Lembaga Muallaf Center Yogyakarta Dalam Pembinaan Keagamaan Masyarakat. Data primer dimaksudkan untuk menafsirkan data sekunder yang didapatkan.<sup>33</sup>

#### b. Sumber Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber lain. Sumber kedua tidak memberikan informasi secara langsung kepada peneliti, tetapi diperoleh melalui dokumen-dokumen terkait penelitian atau pihak ketiga.<sup>34</sup> Pencarian data dibutuhkan untuk memastikan bahwa data tersebut mampu menjadi tolak ukur dari fakta yang ada di lapangan. Sumber informasi lain menggunakan beberapa teori dan informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya berupa buku dan dokumen yang memuat informasi dan literasi terkait dengan kebutuhan dan tujuan penelitian. Peneliti menggunakan teori strategi komunikasi Anwar Arifin.

---

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 137.

<sup>33</sup> Nur Syam, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Solo: CV Ramadhani, 1991), 67.

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 137.

#### **4. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini pembina mualaf yang berada di Mualaf Center Yogyakarta. Kemudian objeknya adalah strategi komunikasi yang dilakukan dalam proses pembinaan mualaf. Informan yang dipilih memiliki peran penting dalam tata kelola lembaga, terutama yang bertanggung jawab atas strategi komunikasi kepada mualaf agar dapat memberikan informasi yang lengkap sesuai dengan penelitian. Adapun informan tersebut:

1. Pengawas Mualaf Center Yogyakarta, dengan melakukan wawancara bersama pengawas diharapkan mendapatkan data berupa gambaran pembinaan keagamaan para mualaf dan implementasi pembinaan keagamaan mualaf.
2. Pengurus Mualaf Center Yogyakarta, diharapkan peneliti memperoleh informasi tentang strategi komunikasi yang diterapkan MCY dalam pembinaan keagamaan mualaf.
3. Mualaf, dari hasil wawancara, peneliti berharap para mualaf bersedia mengevaluasi strategi komunikasi dalam kaitannya dengan pembinaan agama.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh informasi yang menunjang keberhasilan penulis, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berikut penjelasannya:

a. Observasi

Teknik pengumpulan data observasi dapat didefinisikan sebagai perhatian yang terfokus pada peristiwa, kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dengan studi langsung.<sup>35</sup> Observasi penelitian ini dilakukan dengan berkunjung langsung ke kantor Lembaga Mualaf Yogyakarta Center.

b. Wawancara

Menurut Esterberg dalam bukunya Sugiyono, wawancara adalah pertemuan antara dua orang di mana informasi dan ide dipertukarkan melalui tanya jawab untuk memberi makna pada topik tertentu.<sup>36</sup> Dalam penelitian kualitatif ini juga menggunakan wawancara terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) serta alat bantu perekam. Adapun informan dalam wawancara penelitian ini yaitu Pembina, pengawas, pengurus dan mualaf yang bertempat di Lembaga Mualaf Center Yogyakarta. Pemilihan informan tersebut, karena dapat memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan dokumentasi untuk memperoleh data observasi dan wawancara langsung.<sup>37</sup> Dokumentasi yang didapat peneliti berupa gambar, catatan dan surat resmi yang peneliti terima saat terjun langsung ke Lembaga Mualaf Center Yogyakarta

---

<sup>35</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data Cetakan 2* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 37.

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015), 231.

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, 240.



sehingga membantu peneliti dalam pengisian data. Adanya dokumentasi ini dapat memperkuat data hasil observasi dan wawancara terhadap berbagai pertanyaan terkait masalah, tujuan, fungsi, dan lain-lain.

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tentang bekerja dengan data, memilih dan menyortir data yang akan dibagikan dengan orang lain.<sup>38</sup> Miles dan Huberman menyebutkan analisis data dilakukan ketika pengumpulan data berlangsung, terdapat beberapa komponen dalam analisis data, sebagai berikut:

### a. Reduksi data

Reduksi data menjadi bagian berpikir sensitif yang membutuhkan ketelitian serta kedalaman wawasan. Sehingga menghasilkan data dengan gambaran jelas, untuk memudahkan peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya apabila diperlukan.<sup>39</sup> Reduksi data dilakukan peneliti dengan cara merangkum aktivitas sehari-hari terkait Strategi Komunikasi Lembaga Muallaf Center Yogyakarta Dalam Pembinaan Keagamaan Masyarakat. Proses reduksi data ini akan terus berlangsung hingga penelitian selesai.

### b. Penyajian data

Penyajian data membantu untuk memahami kasus sebagai tolok ukur tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis representasi data.<sup>40</sup> Adanya

---

<sup>38</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Cetakan Ke 14* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 274.

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Cet Ke-20* (Bandung: Alfabet, 2014), 247.

<sup>40</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik Cet. Ke-1* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 211.

display data memudahkan peneliti untuk memahami kondisi yang terjadi, sehingga dapat menentukan langkah kerja selanjutnya sesuai pemahaman.<sup>41</sup> Peneliti menyajikan data yang didapatkan dari hasil wawancara dan telah direduksi berbentuk teks naratif. Data tersaji pada deskripsi data serta temuan hasil penelitian.

c. Penarikan kesimpulan/ verifikasi

Tahap verifikasi merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan analisis data. Kesimpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dan berpedoman pada kajian penelitian.<sup>42</sup> Verifikasi awal yang ditemukan bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ada bukti pendukung saat dilakukan pendataan tahap selanjutnya. Namun, jika kesimpulan yang ditarik pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan yang ditarik akan kredibel ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data.<sup>43</sup>

## 7. Keabsahan Data

Untuk mendapatkan keabsahan data diperlukannya teknik pemeriksaan.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik keabsahan data yang melibatkan sesuatu

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Cet Ke-20* (Bandung: Alfabet, 2014), 249.

<sup>42</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik Cet. Ke-1* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 212.

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Cet Ke-20* (Bandung: Alfabet, 2014), 252.

<sup>44</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Cet. Ke-22* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 321.

yang lain. Data lain atau pengamatan lain digunakan untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.<sup>45</sup>

Manfaat dari data lain tersebut guna membantu mengurangi kesalahan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang sudah diperoleh dari beberapa sumber.<sup>46</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber yang diperoleh dengan cara membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara, membandingkan isi wawancara dan dokumen terkait, serta membandingkan hasil wawancara dengan masing-masing informan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa metode triangulasi bertujuan untuk menemukan kebenaran informasi dengan cara meningkatkan pemahaman peneliti terhadap informasi dan fakta yang diteliti. Dari proses triangulasi, peneliti memperoleh data yang benar-benar valid berdasarkan proses pengujian dan kredibilitas informasi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>45</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Cet. Ke-22*, 330.

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Cet Ke-20* (Bandung: Alfabet, 2014), 241.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari temuan data yang dipaparkan di bab sebelumnya, penulis mengambil kesimpulan terkait strategi komunikasi yang digunakan oleh Lembaga Muallaf Center Yogyakarta dalam pembinaan keagamaan masyarakat. Strategi komunikasi tersebut meliputi:

1. Dalam mengenal khalayak MCY melakukan pendampingan, pembinaan dan advokasi, tujuannya untuk mengetahui kondisi kepribadian khalayak, mengetahui pengaruh serta perbedaan norma dalam setiap khalayak dan melihat situasi kondisi khalayak. Khalayak yang menjadi target strategi komunikasi MCY ialah seluruh lapisan masyarakat, terutama muallaf dan insan hijrah.
2. Dalam menentukan pesan MCY mengemasnya secara menarik, dimana pesan tersebut memuat Perhatian (*Attention*) melalui sebuah tagline yaitu “Smart, Solutif dan Inspiratif”. Setelah masyarakat mendapatkan perhatian dari MCY maka akan timbul rasa Ketertarikan (*interest*) dan Keinginan (*desire*). Banyak masyarakat tertarik terhadap pesan yang disampaikan oleh MCY, sebab sebelumnya MCY terlebih dahulu mengenali masyarakat yang akan menjadi audiens. *Action* yang dilakukan oleh MCY dalam menentukan pesan pembinaan keagamaan tercermin melalui kajian umum putra dan putri setiap

hari Sabtu, kajian mumtaza, kajian tiga bulanan dan mentoring Iqra dan Al-Quran.

3. Menentukan metode, metode pertama yang digunakan oleh MCY dengan mengulang pesan (*repetition*), metode ini terlihat pada saat MCY menginformasikan terkait hapus tato bagi mualaf. Sebab, dalam anjuran penghapusan tato MCY tidak memaksa namun dilakukan dengan pengulangan pesan atau mengingatkan kepada mualaf. Selanjutnya, metode persuasif yaitu dengan membujuk masyarakat dalam pembinaan keagamaan. Hal tersebut dilakukan pada masyarakat desa binaan, sebab pembinaan kepada masyarakat tidak dapat menggunakan pendekatan formal melainkan dengan pendekatan persuasif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Kemudian, menggunakan metode edukatif yaitu dengan memberikan informasi yang mengedukasi dalam pembinaan keagamaan. Edukasi tersebut terlihat saat MCY membuka ruang diskusi dengan teman-teman non muslim, serta mengadakan pertemuan untuk bertukar wawasan dengan lembaga dakwah, pendidikan dan instansi lain. Terakhir metode informatif bertujuan mempengaruhi khalayak. Metode informatif terlihat ketika pengurus MCY menjelaskan kepada mualaf mengenai kewajiban bagi setiap muslim laki-laki untuk khitan.
4. Seleksi penggunaan media, Mualaf Center Yogyakarta dalam mensukseskan strategi komunikasi pembinaan keagamaan memanfaatkan media yang populer dan dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat, seperti Instagram, YouTube, Facebook, TikTok, website, dan Twitter. Interaksi sosial dengan khalayak tidak

dibangun secara langsung, namun hal itu tidak mengurangi rasa simpati dan kepedulian dari pengurus MCY kepada masyarakat. Melalui media tersebut, banyak khalayak online yang terpengaruh dari strategi komunikasi Mualaf Center Yogyakarta di media sosial. Dari proses mempengaruhi tersebut, kemudian timbul peristiwa untuk berpikir dan mengikuti dengan yang disampaikan Mualaf Center Yogyakarta dalam interaksi di media sosial. Misalnya para mualaf yang memutuskan untuk bersyahadat di Mualaf Center Yogyakarta karena informasi dari media sosial. Sehingga pembinaan melalui media sosial memiliki dampak yang luar biasa bagi perkembangan Islam terutama mualaf.

## **B. Saran**

Pada dasarnya masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini, sehingga penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Dalam penelitian ini penulis belum menemukan secara mendalam terkait strategi komunikasi yang digunakan Mualaf Center Yogyakarta ketika menentukan pesan kepada masyarakat dan proses mengenal khalayak. Sehingga, bagi peneliti selanjutnya supaya dapat memperluas dalam bidang kemualafan dengan menggunakan teori-teori komunikasi yang relevan.

Kemudian, peneliti selanjutnya juga dapat membahas mengenai permasalahan-permasalahan yang belum terjawab dalam penelitian ini seperti strategi MCY saat menentukan pesan yang akan disampaikan dan mengenal target masyarakat, dengan

tidak melupakan aspek-aspek komunikasi. Serta, kedepannya dapat mengembangkan strategi komunikasi di lembaga yang serupa.



## DAFTAR PUSTAKA

- A W. Suranto. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Abdillah, Arafat Noor. “Pemberdayaan Mualaf Pasca Konversi di Mualaf Center Yogyakarta”, dalam *Jurnal Tarbiyatuna*. vol. 11, no. 1 2020.
- Alberti R.E, dkk. 2017. *Your Perfect Right*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2013.
- Arifin, Samsul, dkk. “Dakwah Mualaf Strategi Dan Pola Dakwah Untuk Mualaf Di Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya”. Dalam *Jurnal Mukammil*: vol i, no 1, 2018.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Cetakan ke-14*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Asmuni Syukir. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas, 1983.
- Aziz Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana, 2017.
- Aziz, Moh Ali. *Edisi Revisi Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Bilqies, Maila dkk. “Seni Lukis Tubuh Menurut Islam”, dalam *Ratnasih: Journal Islamic Education*, vol. 1, no. 2 April 2023.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Graffindo Persada, 2012.
- Changara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Remaja Rosdakarya, 1986.
- Daradjat, Zakiah. *Ilmu Jiwa Agama*, Cetakan ke-16. Jakarta: Bulan Bintang, 2003.
- DeVito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book*. ed. ke-11. Inc: Pearson Educations, 2007
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003.



- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Cetakan ke-2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Cetakan ke-1. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Hakiki, Titian, dkk. Komitmen Beragama Pada Mualaf (Studi Kasus Pada Mualaf Usia Dewasa). Dalam *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*. Vol. 4, No. 1, 2015.
- Hakim, Ramlah. “Pola Pembinaan Mualaf di Kabupaten Sidrap Provinsi Sulawesi Selatan”, *Al-Qalam: Jurnal Penelitian Agama dan Sosial Budaya*, vol. 19, no. 1 Juni 2013, 93.
- Harahap, Edi dan Syarwani Ahmad. *Komunikasi Antrarpribadi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Hidayat, Topan. Peran Mualaf Center Dalam Pembinaan Keagamaan Mualaf Di Yogyakarta. Dalam *Jurnal Soko Guru*. Vol 1, No. 2, 2021.
- Hikmawati. *Strategi Dakwah Sekolah Cendekia Baznas (Scb) Terhadap Mualaf*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2023.
- Ibrahim, Amin. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Jakarta: Mandar Maju, 2008.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT.Remaja Rosda Karya Offset, 2010.
- Khaerul, Umam. *Manajemen Organisasi*. Bandung : Pustaka Setia, 2012.
- Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cetakan ke-22. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.

- Muhdhori, Hafidz. *Treatmen Dan Kondisi Psikologi Mualaf Studi Kasus Pada Mualaf Usia Dewasa. Dalam Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental. Vol 4, No 1, 2015.*
- Muhidin, Asep. *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qura'an: Studi Kritis Atas Visi, Misi Dan Wawasan. Bandung: Pustaka Setia, 2002.*
- Mulkhan, Abdul Munir. *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan M. Natsir & Azhar Basyir. Yogyakarta: Sypress, 1996.*
- Noorkamilah.. *Peran Mualaf Center Yogyakarta terhadap Keberfungsian Sosial Mualaf Perspektif Pekerjaan social. Dalam Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial. vol. 10, no. 1, 2021.*
- S, Hanani, *Komunikasi Antarpribadi. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017.*
- Subandi. *Psikologi Agama Dan Kesehatan Mental. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.*
- Suciati. *Psikologi Komunikasi: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam. Yogyakarta: Buku Litera, 2015.*
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta, 2015.*
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-20. Bandung: Alfabet, 2014.*
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2017.*
- Syam, Nur. *Metodologi Penelitian Dakwah. Solo: CV Ramadhani, 1991.*
- Syukir, Asmuni. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam. Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.*
- Titian Hakiki dan Rudi Cahyono. "Komitmen Beragama pada Mualaf (Studi Kasus pada Mualaf Usia Dewasa)", dalam *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, vol. 4, no. 1 April 2015.
- Widjaja, A.W. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. Jakarta: Rineka Cipta, 2000.*

Yuniarsih. *Pola Pembinaan Dan Pendidikan Agama Islam Pada Mualaf (Studi Kasus Lima Mualaf Di Dusun Ngandong Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019.

### **Sumber Elektronik**

<https://afkaruna.id/>. *Dilema Mualaf: Urgensi Madrasah Mualaf di Indonesia*, diakses pada tanggal 10 Maret 2023.

<https://mcy.or.id/pengurus/>, diakses pada tanggal 11 Maret 2023.

<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190621132225-234-405246/.deddy-corbuzier-resmi-jadi-mualaf>, diakses pada tanggal 11 Maret 2023.

<https://m.tribunnews.com/amp/seleb/2018/10/30/ketua-mualaf-center-yogyakarta-roger-danuarta-sudah-lama-mempelajari-islam>, diakses pada tanggal 11 Maret 2023.

Akun Instagram @mualafcentersoloraya, diakses pada tanggal 11 Maret 2023.

### **Wawancara**

1. Doni Yuwono, Ketua Pengurus Lembaga Mualaf Center Yogyakarta, Yogyakarta, tanggal 10 Juni 2023.
2. LI, Mualaf, melalui pesan WhatsApp, tanggal 4 Juli 2023.
3. Liana Yasmin, Anggota Pengawas Lembaga Mualaf Center Yogyakarta, Yogyakarta, tanggal 27 Mei 2023.
4. M. Amrulliya Mustofa, Sekretaris Jendral Pengurus Mualaf Center Yogyakarta, Yogyakarta, tanggal 27 Mei 2023.
5. YU, Mualaf, melalui pesan WhatsApp, tanggal 2 Juli 2023.