

KURIOSITAS

Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan

Volume 16

No.1 Juni 2023

Halaman 19-31

Komunikasi Persuasif dalam Pengembangan Keagamaan Muslim Mualaf

Aswar Tahir
Universitas Teknologi Sumbawa
Aswar.tahir@uts.ac.id

Abstract:

This article aims to describe persuasif communication in the religious development of Muslim converts. The method used in this research is descriptive qualitative method. Data collection was carried out through studies in electronic books and scientific articles as well as non-electronic articles according to the research theme. The results of this study indicate that the determination of strategies in persuasif communication planning is to designate dai as communicators, recognize the condition of the audience or mad'u in this context are Muslim converts themselves, techniques for composing messages by conveying material Islamic values, media or tools used namely madrasas and mosques as well as information technology media, as well as using lecture, discussion and practice methods. In the religious development of Muslim converts through persuasif communication according to the AIDDA model, starting from the stage of building attention, interest, desire, decision, and action. The finding of this research can provide implications in the form of new insights regarding persuasive communication that can be applied in the context of convert muslims' religious developments. Additionally, the results of this research can be used as a guideline for designing more effective persuasive messages to influence convert muslims.

Keyword: persuasive communication, Muslim converts

Abstrak:

Artikel ini bertujuan untuk menggambarkan komunikasi persuasif dalam pengembangan keagamaan muslim mualaf. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui pengkajian dalam buku dan artikel ilmiah elektronik maupun artikel nonelektronik yang sesuai dengan tema penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi persuasif yaitu menetapkan dai sebagai komunikator, mengenali kondisi khalayak atau mad'u dalam konteks ini adalah muslim mualaf, teknik menyusun pesan dengan menyampaikan materi nilai-nilai ajaran Islam, media atau alat yang digunakan yaitu madrasah dan masjid serta, media teknologi informasi, serta menggunakan metode ceramah, diskusi dan praktik. Dalam pengembangan keagamaan muslim mualaf melalui komunikasi persuasif sesuai dengan model AIDDA yaitu mulai dari tahap membangun *perhatian, minat, hasrat, keptusan, dan tindakan*. Hasil penelitian ini dapat memberikan implikasi berupa wawasan baru terkait komunikasi persuasif yang dapat digunakan dalam konteks pengembangan keagamaan mualaf. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk merancang pesan-pesan persuasif yang lebih efektif dalam memengaruhi mualaf.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Muslim Mualaf

PENDAHULUAN

Komunitas muslim mualaf yang berada di beberapa daerah masih kurang pemahaman tentang nilai-nilai ajaran Islam, maka dari itu dibutuhkan pengembangan keagamaan, akan tetapi menurut Saprillah (2016) salah satu Permasalahan terbesar dalam kasus muslim mualaf di Indonesia adalah pengembangan keagamaan, keterlibatan elemen pemerintah relatif sangat kurang. Salah satu faktornya adalah aparat pemerintahan kurang peka terhadap realitas sosial dalam pengembangan keagamaan muslim mualaf, sehingga terkesan kurang perhatian. Pengembangan keagamaan, lingkungan dan ekonomi bagi muslim mualaf lebih banyak dilakukan oleh lembaga atau organisasi sosial dan individu yang memiliki kepedulian. (Saprillah, 2016).

Pengembangan agama Islam merupakan tugas bersama umat Islam. Semua elemen diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan agama Islam kedepan. Mulai dari masyarakat itu sendiri, pemerintah, tokoh agama, tokoh masyarakat dan lembaga-lembaga harus saling berkontribusi dalam pengembangan keagamaan Islam (Renel, 2017). Agama dan pendidikan mengajarkan kedamain, kesopanan, kerukunan dan gotong royong (Saekan, 2017). Kerukunan dan kebebasan beragama adalah dua isltihak kunci dalam perdebatan tentang religiusitas di Indonesia (Mu'ti & Burhani). Muslim Mualaf sebagai orang yang baru memeluk agama Islam atau baru saja melakukan konversi agama, harus bisa menjaga keharmonisan dengan penganut

agama yang mereka anut sebelumnya dan saling menghargai satu sama lain. Selain itu mereka juga harus menyesuaikan diri dengan nilai-nilai dan ajaran dalam agama Islam.

Program pengembangan keagamaan terhadap Muslim mualaf menjadi hal yang sangat penting. Sebagai orang yang menjalani kepercayaan dan keyakinan baru, mereka harus mengetahui dan memahami prinsip-prinsip ajarannya, karena merupakan pedoman hidup yang harus dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari. Mustahil atau tidak mungkin seseorang mendapatkan manfaat dari suatu ajaran, sedangkan dirinya tidak mempelajari dan memahami ajaran tersebut (Setiawati & Romli, 2019). Dalam ajaran Islam, merupakan suatu kewajiban yang dibebankan oleh agama kepada pemeluknya, baik yang sudah menganutnya atau belum. Sehingga dengan demikian, dakwah bukan semata-mata timbul dari pribadi atau golongan, walaupun setidaknya harus ada golongan yang melaksanakan (Shihab, 2000).

Al Attas dalam (Raihani, 2020) mengatakan bahwa Dalam konteks Islam, perubahan filosofi pengajaran menjadi pendekatan yang lebih berpusat pada siswa dan pedagogi kritis bukannya tidak berdasar. Al-Qur'an dan Sunnah telah memberikan inspirasi bagaimana caranya pendidikan harus membebaskan orang dari mitos dan non-tauhid lainnya keyakinan, bagaimana pendidikan memungkinkan orang untuk berpikir dan mandiri membangun pengetahuan dengan merenungkan dan meneliti alam dan realitas, bagaimana pendidikan harus mengembangkan kesadaran pada orang tentang keadilan sosial, dan lain sebagainya (Raihani, 2020). Dengan perkembangan zaman, para pelaku dakwah seharusnya memahami segala bentuk sosial yang terjadi saat ini. Setiap kondisi masyarakat tentu membutuhkan strategi dakwah yang tepat agar tujuan dakwah tercapai dengan baik (Qudratullah, 2020).

Pelaksanaan pengembangan keagamaan bagi muslim mualaf harus dilakukan dengan cara persuasif dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam dan dengan hati-hati, mengingat mualaf adalah orang baru yang melakukan konversi agama ke Islam atau dapat dikatakan sebagai muslim baru yang imannya masih relative lemah sehingga para dai yang melakukan pengembangan keagamaan harus menerapkan komunikasi persuasif.

Tujuan komunikasi persuasif dalam dakwah ialah untuk memberi kabar gembira dan ancaman, mengajak kepada yang ma'ruf dan mencegah kemungkar, memberi peringatan kepada yang ma'ruf, menasehati dan menegur (Wahyuni, 2016), dalam konteks

Dai sebagai orang yang melakukan dakwah dalam membina keagamaan komunitas muslim mualaf sangat penting dan harus menguasai Komunikasi persuasif sehingga mereka tidak merasa terpaksa dan sukarela dalam menjalankan nilai-nilai ajaran Islam serta memiliki ketetapan iman yang kuat dan dapat menjadikan agama Islam sebagai pedoman hidup.

Komunikasi yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakan sebagai panduan untuk menafsirkan sesuatu apapun yang dihadapi. Komunikasi pula yang memungkinkan mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi-situasi problematika yang dihadapi (Mulyana, 2005). Maka dari itu komunikasi persuasif sangat diperlukan oleh Da.i untuk menarik perhatian komunitas muslim mualaf agar pelaksanaan pengembangan keagamaan dapat berjalan efektif.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan pengembangan terhadap muslim mualaf, di antaranya yaitu (Saprillah, 2016) yang bertujuan untuk mengetahui bentuk pengelolaan muslim mualaf dan segala problematikanya yang dilakukan secara sukarela oleh relawan di kota palu. Sedangkan penelitian Sri Hidayati (2014) berupaya mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi dalam pengembangan pada muslim mualaf dan bentuk-bentuk pengembangan yang dilakukan pada muslim mualaf di kota Singkawang.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya, adapun yang menjadi pembahasan dalam tulisan ini adalah bagaimana pelaksanaan komunikasi persuasif dai dalam pengembangan keagamaan muslim mualaf.

Teknik pengumpulan data dari berbagai macam sumber yang mempunyai kaitan dengan tema yang dikaji dalam penelitian ini. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data melalui pengkajian buku dan artikel ilmiah elektronik maupun artekel ilmiah non elektronik. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan model interaktif yang terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, *data display* dan yang terakhir penarikan kesimpulan atau verifikasi data (Creswell, 2016). Sehingga penelitian ini mendapatkan hasil yang sesuai dengan tema penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penetapan strategi dalam Perencanaan komunikasi persuasif pengembangan keagamaan mualaf

komunikasi persuasif merupakan suatu teknik komunikasi yang dilakukan agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain sebagainya.

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja mengacu kepada komponen dari komunikasi, yaitu Komunikator, pesan, saluran. Komunikan dan efek (Cangara, 2017). Dalam kegiatan komunikasi penyampain pesan memiliki kecendrungan bersifat umum, baik tentang infomasi yang sifatnya ilmiah ataupun yang non-ilmiah. Kecendrungan umum keilmuan komunikasi pada dasarnya dilatarbelakangi oleh sifat komunikasi yang bisa masuk dalam

setiap keilmuan serta kebutuhan keilmuan-keilmuan lain dengan pengetahuan komunikasi (Mubasyaroh, 2017).

Dalam komunikasi persuasif ada tiga unsur yang mempunyai peranan penting dalam keefektifan proses komunikasi. Menurut Aristoteles (Suryanto, 2015:357-358) komunikasi dibangun oleh tiga unsur yang fundamental, yakni orang yang berbicara, materi pembicaraan yang dihasilkannya, dan orang yang mendengarkannya. Aspek yang pertama disebut komunikator atau persuader, yang merupakan sumber komunikasi. Aspek yang kedua adalah pesan, dan aspek yang ketiga disebut komunikan atau persuadee, yang merupakan penerima komunikasi (Suryanto, 2015). Namun secara umum unsure-unsur yang memiliki peran dalam komunikasi persuasif tidak jauh berbeda dengan komunikasi yang telah ada sebelumnya.

Komunikasi persuasif dalam konteks dakwah menurut Aziz (2012) terdiri dari beberapa komponen yaitu dai sebagai juru dakwah atau komunikator, mad'u yakni orang yang menjadi sasaran dakwah atau komunikan, metedologi dakwah, pesan dakwah atau materi materi nilai-nilai ajaran Islam, media dakwah yakni sarana yang digunakan dalam berdakwah dan misi atau tujuan dakwah (Aziz, 2012). berdasarkan hasil penelitian, strategi yang ditetapkan dalam perencanaan komunikasi persuasif untuk pengembangan keagamaan muslim mualaf dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama,menetapkan komunikator. Komunikator menjadi sumber dan kendali utama dalam interaksi proses komunikasi. Karena itu jika proses komunikasi tidak berjalan efektif. Maka kesalahan utama berasal dari komunikator. Ada tiga syarat yang harus dipenuhi komunikator. Yakni: (1) kredibilitas atau tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya, (2) daya tarik, (3) kekuasaan (Cangara, 2017). Dalam konteks komunikasi dakwah persuasif komunikator disebut juru dakwah atau dai, Menyampaikan pesan agama membutuhkan sosok yang memiliki pengetahuan dan berperilaku luhur atau mempunyai moral yang baik (Setiyani, 2020).

Kredibilitas dai sebagai komunikator dapat dilihat dari berbagai latar belakangnya seperti pendidikan para dai yang mempunyai gelar saraja keagamaan atau pernah menempuh pendidikan keagamaan di pondok pesantren. Dengan latar pendidikan tersebut ketika melakukan interaksi komunikasi persuasif kepada muslim mualaf akan kepercayaan. Selanjutnya daya tarik para dai juga sebagai unsure penting dalam komunikasi persuasif dalam pengembangan keagamaan muslim mualaf. terdapat dua unsure dalam Daya tarik komunikator yaitu daya tarik fisik dan daya tarik psikologis. Daya tarik fisik, Dalam konteks ini para dai harus selalu menjaga penampilan mereka sesuai ajaran Islam sebagai juru dakwah sedangkan Daya tarik psikologis dalam konteks ini, dai harus berusaha mendapatkan simpati dan empati dari masyarakat muslim mualaf dengan cara mempelajari sistem sosialnya seperti belajar bahasa di daerah yang mereka tempati berdakwah sehingga dalam proses komunikasi bisa berjalan

efektif. Faktor selanjutnya dalam kredibilitas komunikator adalah kekuasaan, dalam konteks pengembangan keagamaan bagi muslim mualaf para dai mempunyai kedudukan atau otoritas formal dalam membina masyarakat mualaf karena mereka diutus oleh lembaga sosial dan organisasi keagamaan untuk pengembangan keagamaan mualaf.

Kedua, mengenali khalayak. Dalam studi komunikasi masyarakat biasanya disebut khalayak (Cangara, 2017), dalam konteks dakwah masyarakat disebut Ma'du. Mad'u (penerima dakwah) adalah manusia secara keseluruhan, baik itu yang beragama Islam ataupun penganut agama lain yang menjadi sasaran dakwah dan dapat disampaikan pada individu maupun kelompok. Dalam aktivitas dakwah, seorang dai seringkali mengalami kesulitan untuk menggerakkan penerima dakwah agar mau mendengarkan dan mengamalkan pesan yang disampaikan dalam kehidupan nyata. Para dai dihadapkan pada kenyataan bahwa masyarakat yang akan menerima pesan dakwah memiliki keberagaman dalam berbagai hal. Oleh sebab itu, para dai sebelum atau sedang melakukan aktivitas dakwah perlu mengenali target sasaran dakwahnya,

Agar dakwah dapat berjalan dengan baik dan tidak disampaikan begitu saja, maka perlu adanya pengelompokan penerima dakwah. Menurut Arifin (2018) Pengelompokan masyarakat didasarkan atas dua criteria. Pertama, masyarakat digolongkan atau dikelompokkan sesuai dengan kemampuan dalam memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh dai. kedua, masyarakat digolongkan berdasarkan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri (Arifin, 2018)

Penerima dakwah dalam penentuan kelompok disarankan dibagi berdaarkan jenis kelamin dan usia mengingkat beberapa praktek ibadah antara laki-laki dan wanita cukup berbeda sedangkan berdasarkan usia tentunya cara menyampaikan dakwah pada anak-anak berbeda dengan orang yang sudah dewasa.

Ketiga, teknik menyusun pesan. Pesan sangat bergantung pada program yang mau disampaikan. Jika bentuk program untuk penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif (Cangara, 2017). Dalam konteks dakwah yang menjadi pesan adalah materi nilai-nilai ajaran Islam. Sebelum suatu pesan dakwah dapat dikonstruksikan untuk disampaikan kepada penerima dakwah dengan tujuan mempengaruhi atau mengajak, maka harus terdapat materi atau pesan dakwah yang dirumuskan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam (Ritonga, 2019).

Materi dakwah, yakni isi pesan atau materi yang bermuatan nilai-nilai ajaran Islam yang disampaikan oleh dai kepada mad'u. dalam menyampaikan materi dakwah harus dilakukan secara menarik. Aplikatif tidak hanya normative dan tidak monoton sehingga mendapatkan rangsangan atau respon yang baik dari penerima dakwah.

Secara garis besar materi dakwah yang disampaikan dalam pengembangan keagamaan komunitas muslim mualaf tidak berbeda jauh dengan

materi dakwah pada umumnya, akan tetapi mengingat muslim mualaf mempunyai kekhususan maka materi dakwah yang disampaikan harus relevan dengan kebutuhan mualaf tersebut. Adapun sebaiknya materi dakwah yang disampaikan yaitu pertama, ajaran tauhid untuk meneguhkan keyakinan para mualaf terhadap agama Islam. Tauhid. Semua realitas disatukan dalam prinsip ini. Segala sesuatu di alam semesta berasal dari tuhan dan kembali kepada tuhan, dan segala sesuatu yang sungguh-sungguh dan mutlak bergantung pada tuhan di sini dan sekarang, selalu dan selamanya, dalam setiap masa dan di setiap tempat (Chittick, 2007). Kedua Fiqhi syariat dan akhlak yang disesuaikan dengan kebutuhan mualaf yang paling dasar sedangkan untuk anak-anak yaitu membaca al quran dan paraktek ibadah yang baik dan benar seperti tata cara wudhu dan shalat. Memang menjadi tujuan utama Islam dan syari'at Islam membentuk masyarakat yang mulia berlandaskan hukum-hukum yang umum pelaksanaannya. Tujuan itu boleh diringkas sebagai menjaga kehormatan dan martabat manusia, adil dalam segala segi, baik dalam undang-undang, sosial dan hubungan antar bangsa, bekerjasama, mahabbah, kasih sayang dan berpikemanusian, menjaga kepentingan dan kebaikan umum dan memberantas kejahatan dari muka bumi ini (Al-Syaibany, 1979).

Keempat memilih media atau saluran komunikasi, memilih media komunikasi persuasif dalam pengembangan keagamaan mualaf harus dipertimbangkan karakter isi pesan yang ingin disampaikan. Media komunikasi persuasif dalam dakwah adalah Alat atau sarana yang digunakan oleh pelaku dakwah untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Adapun alat atau sarana yang digunakan dai untuk membina komunitas mualaf yaitu masjid yang dilengkapi dengan papan tulis serta media pembelajaran lainnya untuk dijadikan sebagai tempat proses pembelajaran keagamaan serta madrasah untuk anak-anak dan remaja. Dalam penyampaian materi kepada mualaf dai hendaknya menggunakan media teknologi pembelajaran agar dapat menarik perhatian dan dapat penyampaian materi bisa lebih efektif.

Kelima, metode dan teknik komunikasi persuasif dalam pengembangan keagamaan mualaf. Bertitik tolak dari firman Allah dalam Q.S An-Nahl Ayat 125 bahwa ada tiga metode dalam berdakwah yaitu **hikmah, mauidzah hasanah, dan mujaddah**. ketiga metode tersebut menunjukkan urgensi komunikasi begitu signifikan dalam dunia dakwah. Hal ini dikarenakan salah satu cara yang banyak digunakan dalam usaha dakwah ialah melalui komunikasi efektif, sehingga pokok atau tujuan dakwah sesuai dengan apa yang diharapkan (Markarma, 2014)

sukses tidaknya dakwah bukanlah diukur lewat gelak tawa atau tepuk riuh pendengarnya, bukan pula dengan ratap tangis mereka, sukses tersebut diukur antara lain, pada bekas yang ditinggalkan dalam benak pendengarnya ataupun kesan yang terdapat dalam jiwa, yang kemudian tercermin dalam lau mereka, untuk mencapai sasaran tersebut, tentunya semua unsure dakwah harus mendapat perhatian para dai (Shihab, 2000). Oleh sebab itu dalam aktivitas

dakwah Metode dakwah jalan atau cara yang digunakan Dai untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u atau penerima dakwah.

Dalam pengembangan keagamaan mualaf ada beberapa metode yang dapat digunakan yaitu metode ceramah. Metode diskusi dan metode demonstrasi (learning by doing). Metode ceramah bisa dilakukan oleh dai setelah shalat magrib dan shalat subuh sedangkan metode diskusi dan demonstrasi, para dai disarankan membuat kelompok pengajian rutin yang sistematis, terstruktur dan terjadwal. Efektifitas komunikasi persuasif dalam konteks dakwah seyogyanya mengarah pada pesan nilai-nilai ajaran Islam dan aktifitas mempengaruhi dan meyakinkan khalayk (mad'u) dalam hal ini komunitas mualaf komunitas. Semua komponen dalam komunikasi persuasif saling berkaitan satu sama lain dalam pengembangan keagamaan mualaf untuk menciptakan komunikasi efektif. Selain itu para dai juga harus berinteraksi sosial sehari-hari untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat mualaf.

Implementasi Komunikasi Persuasif Dalam Pengembangan Keagamaan Mualaf

Manusia secara fitrah sudah memiliki potensi mengenal meyakini adanya Allah Swt. serta lahir dalam kondisi yang suci. Perubahan perilaku manusia yang jauh dari Tuhan dan memiliki perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam banyak dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Perilaku orang tua, pendidikan dan budaya merupakan faktor dominan dari lingkungan yang mengubah perilaku manusia. Kedua orang tua bisa mengarahkan pada keyakinan dan ideologi tertentu. Begitu juga, pendidikan dan budaya terkadang berpegang pada tradisi dan pemikiran-pemikiran yang tidak sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam (Basit, 2013)

Untuk mengembalikan perilaku manusia agar kembali pada fitrahnya yang beriman kepada Allah dan perilaku sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam, khususnya bagi para mualaf yang baru mengenal agama Islam yang harus dibimbing dan dibina agar tetap teguh meyakini agama Islam sebagai agama yang dirahmati Allah serta menjadikan nilai-nilai ajaran Islam sebagai pedoman hidup. Maka dari itu dibutuhkan komunikasi persuasif untuk mengembangkan keagamaan bagi masyarakat khususnya mualaf.

Teknik komunikasi persuasif dalam konteks dakwah disebut dengan dakwah 'tabsyir' dan 'tandzir'. Dalam konteks dakwah, makna 'tabsyir' dan 'tandzir' lebih berorientasi pada kegiatan dakwah yang mengarah pada pemberian motivasi. Kegiatan semacam ini sangat dibutuhkan dalam membimbing dan membina mualaf dalam setiap saat karena pada umumnya, mualaf senantiasa membutuhkan motivasi untuk menyesuaikan diri dan memacu dirinya agar lebih berkualitas dalam menjalankan nilai-nilai ajaran Islam.

Keberhasilan implementasi komunikasi persuasif dalam dakwah pengembangan keagamaan mualaf dapat ditentukan dengan penyampaian materi nilai-nilai ajaran Islam secara sistematis. Terdapat model yang dapat dijadikan landasan dalam menjelaskan pelaksanaan komunikasi persuasif yang disebut Model AIDDA (perhatian, Minat, Hasrat, Keputusan dan Aksi).

Pertama, perhatian. Dengan menganjurkan tafakur dan memperoleh keyakinan secara intens, Islam memahami benar bahwa keadaan manusia pada permulaannya adalah ragu dan bimbang. Dengan pemikiran yang jernih, kita dapat mencapai keyakinan dan ketentraman (Muthahhari, 2009). Oleh sebab itu Langkah pertama yang dilakukan para dai kepada mualaf yang menjadi target sasaran adalah meneguhkan keyakinan para mualaf bahwa agama yang mereka pilih adalah agama yang benar dan tidak ragu-ragu terhadap Islam. Sebab Apabila pikiran manusia tidak memiliki sejumlah pengetahuan yang niscaya benar, tentu keraguan ini tidak dapat dihindarkan. Kita tidak mungkin mengetahui realitas apapun, selama pengetahuan seperti itu tidak didasarkan pada kebenaran yang niscaya, dan selama kesalahan dimungkinkan dalam segala hal (Ash-Shadr, 1993). Dengan demikian para dai terlebih dahulu mengembangkan ajaran tauhid. Prinsip dasar Islam adalah Tauhid dan keanekaragaman ciptaan-Nya. Tauhid berfokus pada kesatuan esensial umat manusia terlepas dari mereka agama dan budaya. Sejumlah ayat Alquran mendesak umat Islam untuk memeliharanya keadilan, kebaikan, dan hubungan yang harmonis dengan orang lain agama dan budaya (Nor, 2018)

Perhatian ialah munculnya minat target sasaran untuk memiliki atau melaksanakan apa yang telah disampaikan oleh komunikator(Cangara, 2017). Dalam konteks ini para dai menarik perhatian masyarakat mualaf dengan menyampaikan keindahan keutaman ibadah dan amalan agama yang mereka anut sekang yaitu agama Islam. Selain itu para dai harus membimbing anak-anak dan remaja dari keluarga mualaf agar bisa memahami agama Islam dengan baik. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Rahmati dkk (2020) untuk menjadikan generasi Islam sebagai generasi yang cerdas, gesit, enerasi saleh, berpengetahuan dan Islami (Rahmawati, Yahiji, Mahfud, Alfin, & Koiri, 2020).

Perhatian ini dapat dimaknai sebagai perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang sesuatu hal yang menghadirkan daya tarik tertentu pada diri seseorang. Dengan metode dakwah dalam komunikasi persuasif dapat menarik perhatian masyarakat mualaf untuk mengembangkan pengetahuan dan perilaku keagaman mereka.

Kedua, minat. Minat adalah kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian khalayak sasaran. Dalam konteks ini, Keinginan muslim mualaf timbul setelah memperhatikan materi dakwah yang disampaikan oleh dai. tingkat kepercayaan mualaf kepada dai semakin meningkat dengan mengetahui nilai-nilai ajaran Islam. Selain itu penampilan simpatik para dai merupakan hasil dari gabungan antara ketulusan, kesabaran dan kegembiraan.

Komunikasi persuasif dalam dakwah yang efektif pada dasarnya merupakan kemampuan seseorang menghadirkan diri sedemikian rupa menciptakan relasi bermakna antara dai dan mad'u atau penerima dakwah sehingga dapat mempengaruhi mad'u untuk mengikuti pesan-pesan yang disampaikan. Terlaksananya komunikasi persuasif dalam dakwah yang menyentuh hati mad'u dan menghindari dakwah menyinggung merupakan kebijakan dai (Sakdiah, 2015). Para dai harus mampu menumbuhkan minat muslim mualaf dalam pengembangan agama mereka dengan melakukan berbagai cara seperti membuat program-program edukasi yang menarik, sehingga masyarakat muslim mualaf dengan senang hati hadir untuk belajar nilai-nilai Islam.

Ketiga, hasrat. Keinginan masyarakat untuk melakukan sesuatu setelah mereka mendapatkan pesan atau informasi yang diterima dari komunikator. Dalam konteks ini untuk mendapatkan hasrat masyarakat muslim mualaf dalam pengembangan keagamaan, para dai harus memberikan kalimat motivasi pada masyarakat mualaf dan menghindari kalimat-kalimat yang dapat memojokkan mereka karena menurut pals (1996) manusia dalam posisi apapun baik individu maupun kelompok, atau sebagai mahluk biologis sekalipun, menyimpan kekuatan yang tersembunyi di dalam dirinya yang menjadi penyebab utama timbulnya apapun dan di mana pun mereka menganut agama, bukan kekuatan yang berasal dari ide-ide tentang msyarakat yang beragama yang mengimpikan kehidupan yang lebih baik (Pals, 1996).

Selain itu untuk mempermudah para dai menyampaikan materi dakwah yang ingin di sampaikan harus bisa mengusai dialek yang ada di daerah mereka berdakwah. Dialek bahasa dalam komunikasi dakwah bagi para dai berisi pemikiran primordial dan nilai-nilai lokal (nilai-nilai sosial) masyarakat. Dengan cara ini, mereka menggunakan sebagai media, alat, atau sarana untuk mengkomunikasikan pesan tersebut kepada masyarakat. Sumarsono (2009) mendefinisikan dialek sebagai bahasa sekelompok orang yang ditentukan oleh lokasi (wilayah) dan grup pengguna, yang berubah menjadi karakteristik dialek bahasa di mana ada saling pengertian (AS, 2019) .

Keempat, keputusan, Sistem nilai budaya adalah seri konseptual abstrak yang hidup di benak masyarakat sehingga mempengaruhi sikap, pola perilaku, dan gaya hidup seseorang(Kuswaja & Ma'mun, 2020). Keputusan dalam dalam konteks ini adalah sikap mualaf menerima nilai-nilai ajaran Islam setelah menimbang manfaat dalam melaksanakan ibadah.

Abbas Mahjub menyebutkan bahwa akidah adalah focus utama dan materi penting dalam pendidikan Islam, sebab keimanan kepada Allah merupakan penentu arah perilaku manusia dan juga merupakan faktor penting dalam memotivasi seseorang untuk senantiasa berbuat baik. Disamping itu, akidah juga berfungsi mengarahkan seseorang kepada sikap dan perilaku muliaserta mengalihkannya dari kejahatan.(Harisah, 2017).

Yang terakhir adalah aksi, Setelah dapat mengubah sikap seseorang, dari faktor kepercayaan dan sikap, komunikasi persuasif dengan cara interpersonal dapat merubah pandangan seseorang akan suatu keadaan pada objek yang menjadi focus perhatian (Riyadi & Wigati, 2020). Sosialkultural meyakini bahwa perkembangan kognitif seseorang merupakan sebuah hasil dari interaksinya dengan lingkungan sekitar dan masyarakat. Dari interaksi dengan lingkungan dan masyarakat inilah seseorang mampu membentuk perkembangan kognitifnya (Arini & Umami, 2019). Dalam konteks ini setelah masyarakat mualaf memiliki sikap keyakinan yang teguh pada agama Islam maka selanjutnya mereka akan berperikalu sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Dalam konteks ini jika dikaitkan dengan pengembangan keagamaan mualaf ialah keberhasilan komunikasi persuasif dai dalam mempengaruhi sikap mualaf untuk menjalankan perintah agama Islam dan menjauhi larangannya. Selain itu para dai juga mengedukasi mualaf untuk tetap hidup bertoleransi antarumat beragama.

SIMPULAN

Komunikasi persuasif dalam pengembangan keagamaan muslim mualaf dapat dimulai dari penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi persuasif yaitu menetapkan dai sebagai komunikator yang mempunyai kredibilitas, mengenali khalayak dalam konteks ini mad'u atau mualaf sebagai target sasaran, teknik penyusunan pesan yaitu materi nilai-nilai ajaran Islam yang disesuaikan dengan kebutuhan muslim mualaf, dan yang terakhir adalah metode dakwah dalam komunikasi persuasif dengan menggunakan metode ceramah, diskusi dan metode praktik.

Dalam pengembangan keagamaan muslim dibutuhkan cara komunikasi persuasif mulai dari tahap membangun perhatian. Minta, hasrat, keputusan, dan tindakan, tahap ini penting untuk dilakukan, mengingat kondisi psikologis muslim mualaf yang berbeda-beda. Problematika yang dihadapi muslim mualaf yang banyak mendapatkan tekanan moral dan kurangnya pengetahuan tentang nilai-nilai ajaran Islam mengharuskan para dai untuk melakukan komunikasi persuasif secara personal. Akademisi dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk merancang program-program pendidikan atau intervensi yang lebih efektif untuk membantu muslim mualaf.

REFERENSI

- (1) Al-Syaibany, O. M.-T. (1979). *Falsafah Pendidikan Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- (2) Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Dai Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* , 2 (2), 158-178.

- (3) Arini, A., & Umami, H. (2019). Pengembangan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam melalui Pembelajaran Konstruktivistik dan Sosiokultur. *Indonesian Journal of Islamic Education Studies* , 2 (1), 104-114.
- (4) AS, E. (2019). Da'wah Communication in the Sundawiwan Community. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* , 13 (1), 24-36.
- (5) Ash-Shadr, M. B. (1993). *Falsafatuna*. Bandung: Mizan.
- (6) Aziz, M. A. (2012). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- (7) Basit, A. (2013). *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- (8) Cangara, h. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- (9) Chittick, W. C. (2007). *Science of the Cosmos, Science of the Soul: The Pertinence of Islamic Cosmology in the Modern Word*. Oxford: Oneword Publications.
- (10) Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- (11) Harisah, A. (2017). *Filsafat Pendidikan Islam Prinsip dan Dasar Pengembangan*. Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata.
- (12) Kuswaja, A., & Ma'mun, S. (2020). Misinterpretation of Patience: an Analytical Studi Nerimo Conzept within Indonesian Muslim Society . *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* , 153-176.
- (13) Markarma, A. (2014). Komunikasi Dakwah Efektif dalam Perspektif AL-Qur'an. *Hunafa: Junral Studia Islamika* , 11 (1), 127-151.
- (14) Mubasyaroh. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* , 11 (2), 311-324.
- (15) Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- (16) Muthahhari, M. (2009). *Keadilan Ilahi: Asas Pandangan-Dunia Islam*. Jakarta: Mizan.
- (17) Mu'ti, A., & Burhani, A. N. *The Limits of Religious Freedom in Indonesia: With Reference to The First Pilar Ketuhanan Yang Maha Esa of Pancasila*.
- (18) Nor, M. R. (2018). Analysing the Conceptual Framework of Religious Freedom and Interreligious Relationship in Islam. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* , 08 (02), 309-334.
- (19) Pals, D. L. (1996). *Seven Theories of Religion*. New York: Oxford University Press.

- (20) Qudratullah. (2020). Strategi Dakwah sebagai Solusi Terhadap Problematika Masyarakat Hedonisme. *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus* , 7 (2), 210-222.
- (21) Rahmawati, Yahiji, K., Mahfud, C., Alfin, J., & Koiri, M. (2020). Chinese Ways of Being Good Muslim: From the Cheng Hoo Mosque to Islamic Education and Mesdia Literacy. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* , 08 (02), 225252.
- (22) Raihani. (2020). A MODEL OF ISLAMIC TEACHER EDUCATION FOR SOCIAL JUSTICE IN INDONESIA A Critical Pedagogy Perspective. *Journal of Indonesian Islam* , 14 (1), 163-186.
- (23) Renel, B. (2017). Problematika Dakwah di Kalangan Minoritas Muslim Desa Poka Kota Ambon. *Jurnal Komunikasi Islam* , 255-280.
- (24) Ritonga, M. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)* , 3 (1), 60-77.
- (25) Riyadi, A., & Wigati, Y. I. (2020). Komunikasi Interpersonal Komunitas Pelita dalam Membangun Toleransi Beragama. *Jurnal Komunikasi Islam* , 10 (1), 146-172.
- (26) Saekan, M. (2017). Islamic Education Unifying Nation. *Qudus International Journal of Islamic Studies* , 5 (2), 101-116.
- (27) Sakdiah, H. (2015). Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif. *Jurnal Ilmu Dakwah* , 35 (1), 1-14.
- (28) Saprillah. (2016). Pengelolaan Muallaf dan Problematikanya di Kota Palu. *AL-FIKR* , 191-211.
- (29) Setiawati, R., & Romli, K. (2019). Pembinaan Keagamaan dan Ekonomi bagi Muallaf oleh Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia di Lampung. *Jurnal Dakwah Risalah* , 154-167.
- (30) Setiyani, W. (2020). The Exerted Authority of Kiai Kampung in The Social Construction of Local Islam. *Journal of Indonesian Islam* , 14 (01), 51-76.
- (31) Shihab, M. Q. (2000). *Membumikan Al Quran*. Bandung: Mizan.
- (32) Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- (33) Wahyuni, M. (2016). Starategi Komunikasi Islam dalam Pembinaan Agama pada Suku Anak Dalam Bukit Dua Belas Kecamatan Pauh Kabupaten Sarolangun Provensi Jambi. *AL-Balagh* , 1 (1), 149-173.