ABSTRAK

Di Indonesia tidak diketahui dengan pasti jumlah semua Muallaf. Namun pemeluk agama lain yang pindah ke agama Islam merupakan fenomena sosial yang nyata dan trennya terus meningkat. Diperkirakan setiap tahun Muallaf bertambah 10 sampai 15%. Salah satu bagian dari Masyarakat yang memerlukan bimbingan dan pembinaan adalah Muallaf. Tujuan pembinaan terhadap Muallaf suatu hal yang tidak kalah penting karena sebagai orang yang menjalani keyakinan baru haruslah memahami prinsip-prinsip ajarannnya, sebagi pedoman hidup.

Studi ini bertujuan menjelaskan proses komunikasi persuasif yang di lakukan oleh Pembina Muallaf kepada anggota Muallaf dalam Program pembinaam Muallaf lembaga dakwah Muhtadin Masjid Al-Falah Surabaya.

Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam, dokumentasi serta pengamatan. Metodenya bersifat deskriptif analisis yaitu memberikan gambaran terhadap subjek dan objek penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai pola komunikasi persuasif program pembinaan Muallaf Organisasi Muhtadin Masjid Al-Falah Surabaya.

Dari penelitian yang di lakukan diperoleh kesimpulan bahwa komunikasi yang di lakukan *Persuader* atau Instruktur pada saat melakukan pembinaan kepada *persuadee* atau anggota Muallaf Lembaga Dakwah Muhtadin Masjid Al-Falah Surabaya sudah menjalankan prinsip-prinisp komunikasi persuasif, antara lain : Pertama, Kredibilitas baik keahlian dan moralitas Pembina Muallaf sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan Anggota Muallaf. Kedua, Pesan materi yang di sampaikan Pembina Muallaf pada saat program pembinaan baik secara *content* dan penyusunan pesan sudah menjawab kebutuhan akan pengetahuan anggota Muallaf. Ketiga, Saluran atau media yang di gunakan oleh Pembina Muallaf dalam program pembinaan Muallaf sudah memudahkan bagi anggota Muallaf untuk mencerap materi yang di sampaikan Pembina Muallaf. Ke empat, Proses komunikasi penyampaian materiatau pesan yang di sampaikan Pembina Muallaf pada saat program pembinaan sudah memenuhi prinsip-prinsip persuasif baik hukum pemaparan selektif, Partisipasi khalayak dan teori inokulasi dan juga butuh sebuah repitisi dan simulasi.

Kata Kunci : Komunikasi persuasif pembinaan Muallaf.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRACT

In Indonesia it is not known exactly the number of all Muallaf. Yet non moslem converts to moslem are a real social phenomenon and the trend is on the rise. It is estimated that each year Muallaf increases 10 to 15%. One part of the Society that requires guidance and coaching is Muallaf. The purpose of coaching Muallaf is of no less importance because as a person who is living a new faith must understand the principles of his teaching, as a guide for life.

This study is aimed at explaining the persuasive communication process that Muallaf coach to Muallaf members in the Muallaf program of Muhtadin dakwah institute of Al-Falah Mosque Surabaya.

The approach used in this research is qualitative descriptive with interview, documentation and observation. The method is descriptive analysis that provides an overview of the subject and object of research. This method allows researchers to systematically and accurately describe the persuasive communication pattern of Muhtadin Organization Masjid Al-Falah Surabaya's guidance program.

From the research, it can be concluded that the communication done by Persuader or Instructor when conducting guidance to Persuadee or Muallaf member of Muhtadin dakwah Institution of Masjid Al-Falah Surabaya has run the principles of persuasive communication, Among others are: First, the credibility of both skill and morality Muallaf coaches are in accordance with the needs and wishes of Members of Muallaf. Second, the message of the material conveyed by the Muallaf coach during the coaching program both in content and the compilation of the message should be answered the need for knowledge of Muallaf members. Third, Channels or media in use by the Muallaf coach in Muallaf coaching program has made it easier for members of Muallaf to perceive the material in conveyed Muallaf coach. Fourth, the process of communicating the delivery of material or messages conveyed by the Muallaf coach during the coaching program has fulfilled the principles of persuasiveness of both the law of selective exposure, audience participation and the theory of inoculation and also need a repository and simulation

Keywords: Muallaf coaching persuasive communication.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id