DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
PEDOMAN TRANSLITERASI v
MOTTO vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
UCAPAN TERIMAH KASIH x
DAFTAR ISI xiii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 7
C. Rumusan Masalah 8
D. Tujuan Penelitian 9
E. Signifikansi Penelitian 9
1. Signifikansi Akademik 9
2. Signifikansi praktis 10
F. Konseptualisasi 10
G. Penelitian terdahulu 11
H. Sistematika Pembahasan 19
BAB II 21
KERANGKA TEORETIK 21

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

A. Komunikasi Persuasif 21

1. Pengertian 21
2. Tujuan Komunikasi Persuasif 24

B. Unsur-Unsur Komunikasi persuasif 26

1. Pengirim pesan atau *Persuader* 26
2. Penerima pesan atau *Persuadee* 33
3. Pesan 36
4. Saluran 42
5. Umpan balik 43
6. Efek Komunikasi Persuasif 43

C. Prinsip-prinsip komunikasi Persuasif 44

1. Prinsip Pemaparan Selektif (*Selective Exposure Principle*) 44
2. Prinsip Partisipasi Khalayak. 45
3. Prinsip Inokulasi 46
4. Prinsip Besaran Perubahan 48

D. Proses Komunikasi Persuasif 48

E. Hambatan Komunikasi Persuasif 49

F. Konsep Komunikasi Persuasif dalam Al-Quran dan Hadis. 50

G. Relevansi teori komunikasi persuasif pada penelitian 54

H. Kontekstualisasi teori komunikasi persuasif 56

BAB III 57

METODE PENELITIAN 57

A. Jenis Penelitian 57

B. Pendekatan Penelitian 58

C. Teknik Pengumpulan data 58

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

1. Sumber Data Penelitian 58
2. Profil Informan Pembina Muallaf Lembaga Dakwah Muhtadin .. 60
D. Metode Pengumpulan Data 62
E. Metode Trianggulasi Data 63
F. Teknik Analisa Data 64
BAB IV 67
GAMBARAN LOKASI PENELITIAN 67
A. Profil Lembaga Dakwah Muhtadin Masjid Al-Falah Surabaya 67
B. Visi Misi dan Tujuan Lembaga Dakwah Muhtadin 70
C. Pembentukan Lembaga Lembaga Dakwah Muhtadin 71
D. Pemberian Nama Lembaga Dakwah Muhtadin 71
E. Program-program Lembaga Dakwah Muhtadin 74
BAB V 78
HASIL PENEMUAN DATA 78
A. Latar Belakang dan Program Lembaga Dakwah Muhtadin 78
B. Tujuan Program Pembinaan Muallaf 82
C. *Persuader* atau Pembina Muallaf 84
1. Kriteria menjadi Persuaderr/ Pembina Muallaf 84
2. Motivasi para Pembina Muallaf 88
D. *Persuadee* atau Anggota Muallaf 90
1. Jumlah 90
2. Motivasi Anggota Muallaf masuk ke Islam 90
3. Factor pendidikan dan kelas ekonomi anggota Muallaf 91
4. Kondisi pikiran dan perasaan anggota Muallaf 92
E. Pesan 93

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

1. Materi Ibadah..... 93
2. Materi Akidah..... 96
F. Media..... 97
G. Umpan Balik 98
H. Efek Komunikasi..... 99
I. Proses Komunikasi Persuasif Program Pembinaan Muallaf..... 100
1. Proses Penyampaian Materi Akidah..... 100
2. Proses Penyampaian Materi ibadah..... 105
BAB VI 108
ANALISA DATA 108
BAB VII..... 140
PENUTUP..... 140
A. Kesimpulan..... 140
B. Rekomendasi 141
Daftar Pustaka..... 143

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