



Peran Majelis Tabligh dalam Membangun Komunikasi Persuasif Kelompok Muallaf Pascakonversi Agama di Dusun Tugunongko, Kabupaten Ponorogo

Alfiana Yuniar Rahmawati^{1*}

¹ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Merdeka Madiun, Jl. Serayu Timur No. 79, Pandean, Kecamatan Taman, Kota Madiun

* Email Korespondensi: alfianayr@unmer-madiun.ac.id

ABSTRAK

Kata kunci:
Komunikasi
Persuasif,
Majelis Tabligh,
Kelompok
Muallaf,

Misi kristenisasi dan pemurtadan umat Islam menjadi fenomena yang masih terus terjadi. Masyarakat dengan dasar aqidah yang lemah menjadi sasaran utama untuk pemurtadan. Hal ini terjadi pada masyarakat di Dusun Tugunongko, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Kristenisasi dilakukan dengan upaya pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat dengan ekonomi lemah. Majelis Tabligh sebagai lembaga dakwah Islam memiliki otoritas penuh untuk membentengi gerakan misionaris dan mengajak masyarakat untuk kembali kepada aqidah Islam. Proses pendekatan dilakukan melalui strategi komunikasi persuasif yang berorientasi pada pembentukan tataran kehidupan baru berlandaskan ajaran Islam. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan, wawancara mendalam, dan studi Pustaka. Metode dengan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan gerakan Majelis Tabligh dilakukan dengan mengoptimalkan komponen komunikasi persuasif yang bersifat multiaspek. Upaya ini bertujuan untuk memperkuat aqidah sekaligus sebagai pembinaan umat demi mempertahankan eksistensi agama Islam di dusun Tugunongko, Kabupaten Ponorogo.

Keyword:
Persuasive
Communication,
Tabligh Assembly,
Muallaf Group

ABSTRACT

The mission of Christianization and apostasy of Muslims is a phenomenon that is still happening. Communities with a weak aqeedah are the main targets for apostasy. This happened to the people in Tugunongko Hamlet, Ponorogo Regency, East Java. Christianization is carried out by fulfilling the basic needs of people with a weak economy. The Tabligh Assembly as an Islamic da'wah institution has full authority to fortify missionary movement and invite people to return to the Islamic faith. The approach process carried out through a persuasive communication strategy oriented to the formation of levels of a new life based on Islamic teachings. This research approach is qualitative with a descriptive research type. Data collection techniques were carried out through observation, in-depth interviews, and a literature study. Method with case studies. The results of the research show that the implementation of the movement The Tablighi assembly is carried out by optimizing the persuasive communication component multi-aspect. This effort aims to strengthen aqeedah as well as community development in order to maintain the existence of Islam in Tugunongko Hamlet, Ponorogo Regency.

PENDAHULUAN

Fenomena keagamaan masyarakat pinggirannya seringkali menjadi ancaman bagi lahirnya kehidupan keagamaan baru yang berorientasi pada kesejahteraan sosial. Pemahaman keagamaan masyarakat yang belum mendalam baik dari aspek dasar, nilai, karakteristik, maupun pemahaman visi dan misi

dari ajaran agama Islam disinyalir menjadi target dalam penyebaran ideologi baru (Edi Suharto, 2014). Proses ini tentunya memerlukan pendekatan holistik yang mempertimbangkan isu-isu lokal sebagai dasar dalam membangun konsepsi kehidupan yang ingin dicapai. Salah satunya yaitu permasalahan ekonomi yang sampai saat ini masih menjadi catatan utama yang

digunakan misionaris untuk menyentuh tatanan kehidupan masyarakat (Andreas Sudjono, 2013).

Praktek penyebaran ideologi berkembang melalui kegiatan yang berbasis pada pemenuhan kebutuhan riil masyarakat khususnya dalam bidang pangan. Kebutuhan pangan menjadi kebutuhan utama dikarenakan himpitan ekonomi yang menjadi permasalahan dasar. Sehingga upaya pemenuhan kebutuhan pangan menjadi strategi untuk menarik perhatian masyarakat pinggiran (Irzum Fariyah, 2015). Selain itu, rendahnya dasar pemahaman agama juga seringkali dimanfaatkan oleh kelompok misionaris untuk mentransformasikan pola keagamaan baru. Agama sebagai suatu sistem kepercayaan, membutuhkan masyarakat sebagai tempat (*locus*) memelihara dan mengembangkan agama (Adeng Muchtar Ghazali, 2011). Pengembangan agama memiliki peranan yang penting karena agama menjadi sebuah sistem nilai yang memiliki derivasi pada norma-norma di dalam masyarakat.

Pada dasarnya, hasil dari gerakan kristenisasi sudah terlihat sejak para penjajah Portugis dan Spanyol datang ke Indonesia untuk memperluas jaringan perdagangan sekaligus menyebarkan misi agama Kristen ke seluruh pelosok hingga ke pulau Jawa (Jan.S.Aritonang, 2006). Ancaman kristenisasi di daerah terpinggirkan menjadi bagian dari upaya diseminasi atau penyebaran doktrin agama termasuk ke wilayah Ponorogo, Jawa Timur. Dari hasil data Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Ponorogo menunjukkan jumlah penganut agama Kristen di Ponorogo sebanyak 2.864 jiwa atau 0,33% dari populasi penduduk Ponorogo (Kumariyanto, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran ajaran kristen sudah mulai merambah ke wilayah Jawa serta menyentuh tatanan kehidupan masyarakat (Adian Husaini, 2008).

Fenomena keagamaan masyarakat pinggiran yang dikuasai oleh praktek kristenisasi ini terjadi pada masyarakat di wilayah dusun Tugunongko, desa Tugurejo, kecamatan Slahung, kabupaten Ponorogo. Masyarakat di wilayah Tugunongko telah mengalami proses konversi agama dari agama islam ke agama Kristen sebagai dampak masifnya penyebaran kristenisasi yang sudah berlangsung selama kurang lebih 31 tahun. Proses konversi agama yang terjadi di latar belakang oleh keadaan ekonomi yang menghimpit masyarakat pinggiran. Sosialisasi

program kristenisasi dilaksanakan dengan memberikan hak kepemilikan dan pengolahan tanah kepada masyarakat untuk mendukung dan menjustifikasi tataran ekonomi baru dan keagamaan baru sebagai nilai eksistensi dari program tersebut.

Masifnya praktik kristenisasi yang terjadi menjadikan masyarakat secara sukarela melakukan konversi agama dan membentuk tatanan kehidupan baru. Konversi agama merupakan sebuah perubahan kehidupan yang dialami oleh sebagian orang. Poloutzian mendefinisikan konversi agama merupakan perubahan mendasar dan penataan ulang identitas diri (Raymond F. Paloutzian, 1996). Sementara Heirich berpendapat bahwa konversi agama sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang masuk atau berpindah ke suatu sistem kepercayaan yang berlawanan dengan kepercayaan sebelumnya (Jalaluddin, 2001). Adanya fenomena konversi agama ini, menjadikan masyarakat Tugunongko hidup di bawah legitimasi misionaris Kristen.

Dampak fenomena konversi agama telah memunculkan rasa prihatin bagi Majelis Tabligh untuk turut andil dalam mengentaskan praktek kristenisasi. Majelis Tabligh sebagai lembaga dakwah memiliki tugas untuk mengajak masyarakat kembali kepada ajaran agama Islam. Proses pendekatan dilakukan melalui strategi komunikasi persuasif yang berorientasi pada pembentukan keyakinan, sikap, perilaku serta kegiatan-kegiatan yang secara nyata dan interaktif dapat mengarahkan masyarakat terhadap kebutuhannya. Dalam hal ini komunikasi persuasif menjadi bagian dari proses yang diarahkan dan direncanakan untuk membangun nilai dan fungsi tatanan kehidupan masyarakat di bawah naungan ajaran agama islam.

Penelitian sebelumnya yang juga relevan adalah karya Rosidin dkk (Rosidin, Widodo, 2020) yang berjudul Strategi Penyuluh Agama Dalam Pemberdayaan Muallaf Kecamatan Turi Kabupaten Sleman yang berfokus pada upaya pelaksanaan fungsi-fungsi pemberdayaan muallaf oleh penyuluh agama islam di kecamatan Turi. Selanjutnya adalah karya Prof.Dr. Razaleigh Muhamat (Razaleigh Muhamat, 2015) dengan judul Pembangunan Dakwah Kontemporer Kepada Saudara Baru di Malaysia yang menganalisa tentang implementasi pembangunan dakwah kontemporer melalui pembuatan program

dalam bidang Pendidikan, serta karya Muhammad Irfan Syuhudi (Syuhudi, 2013) yaitu Pola Pembinaan Muallaf di Kota Manado dengan pokok penelitian yaitu proses pembinaan muallaf, hambatan, serta keterlibatan kementerian agama dalam membina muallaf.

Adapun penelitian ini berfokus pada peran Majelis Tabligh dalam mengentaskan kristenisasi melalui pendekatan komunikasi persuasif yang menarik untuk diteliti. Dengan menggunakan teori komunikasi persuasif dan kredibilitas sumber, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan pola komunikasi Majelis Tabligh dalam mengajak masyarakat untuk menjadi muallaf pasca konversi agama dan kembali mengamalkan ajaran agama Islam secara *kaffah*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa ide-ide baru yang dilakukan oleh Majelis Tabligh dalam konteks pengembangan islam pada kelompok muallaf.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif, dengan jenis deskriptif, pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif digunakan penulis untuk memahami dan mengeksplorasi pola komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Majelis Tabligh di Dusun Tugunongko. Teknik pengumpulan data meliputi observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan data secara holistik sebagai pendukung fenomena yang penulis teliti. Selanjutnya, penulis juga menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga sub proses yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau pengambilan kesimpulan untuk menyusun dan menginterpretasikan data agar data yang diperoleh di lapangan sudah sesuai untuk menjawab semua permasalahan, sehingga kesimpulan akhir dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan (M.Djunaidi dan Fauzan Almanshur, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dapat dipahami bersama bahwa komunikasi persuasif menjadi bagian dari proses komunikasi yang melibatkan seseorang dengan orang lain maupun suatu kelompok dengan kelompok lain untuk mewujudkan tujuan komunikasi. Adanya proses persuasif bertujuan untuk mengubah opini, sikap, dan perilaku (Iswandi Syahputra, 2007). Dalam pemahaman yang lebih luas, komunikasi persuasif merupakan

komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan teknik membujuk, mengajak, atau meyakinkan agar komunikan atau sasaran komunikasi dapat dengan mudah menerima isi pesan yang disampaikan kepadanya. Proses penerimaan pesan dilanjutkan dengan pengambilan sikap berupa perubahan yang terjadi atas dasar kesadaran individu maupun kesadaran kolektif dari penerima pesan.

Dalam memahami konsep persuasif, komunikator harus memiliki sebuah kesadaran individu untuk mengubah perilaku orang lain dengan cara menyampaikan beberapa pesan yang efektif (S.Djuarsa Sanjaya, 1994). Cara penyampaian pesan dilakukan dengan keyakinan atau usaha yang tepat agar komunikan dapat menerima serta memahami pesan dengan baik. Hal ini diperlukan beberapa faktor pendukung seperti kejelasan tujuan, aspek-aspek keragaman secara persuasif, serta pemilihan strategi yang tepat (Onong Uchjana Effendy, 2003). Pesan yang disampaikan tentunya bersifat ajakan untuk melakukan sesuatu. Hal ini sejalan dengan pengertian *bettinghous* yang merumuskan persuasi sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, dan sikap (Dedy Djamiluddin Malik dan Yosol Iriantara, 1994).

Sebuah proses komunikasi persuasif dapat dikatakan efektif apabila terjadi persamaan makna antara pemberi dengan penerima pesan sehingga menimbulkan respon berupa perubahan sikap, keyakinan, maupun perilaku atas kehendaknya sendiri. Karena pada prinsipnya, proses komunikasi persuasif dilakukan secara kesadaran individu tanpa melibatkan paksaan maupun kekerasan dari pemberi pesan. Dampak yang ditimbulkan dari adanya komunikasi persuasif ini adalah sebuah nilai kesadaran disertai perasaan senang. Selain itu, dampak komunikasi persuasif juga dapat dilihat dari perubahan kognitif, afektif, maupun behavioral dari penerima pesan komunikasi.

Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Majelis Tabligh dalam kegiatan dakwah di dusun Tugunongko diawali dengan pendekatan sosial ekonomi yang bertumpu pada kegiatan dakwah seperti pengenalan kajian keislaman, pemberian santunan, serta pengobatan gratis bagi masyarakat Tugunongko. Kegiatan - kegiatan ini berlangsung efektif dan secara temporer telah

membentuk kelompok muallaf di dusun Tugunongko. Kelompok muallaf merupakan istilah yang biasa disematkan bagi mereka yang baru masuk agama Islam. Dalam istilah fiqh, muallaf diartikan sebagai orang yang dibujuk atau disentuh hatinya untuk mengenal islam dan atau mereka yang baru masuk agama islam dan masih lemah dari segi keimanan sehingga membutuhkan bimbingan serta arahan yang intensif setelah melakukan konversi agama (M.Abdul Mujib dkk, 1997).

Kelompok muallaf di dusun Tugunongko berjumlah 33 orang yang berdomisili di RT 01/RW 01 Dusun Tugunongko. Wilayah ini merupakan wilayah sentral yang digunakan misionaris untuk menyebarkan doktrin agama. Sebagai sasaran kegiatan, kelompok muallaf menjadi kelompok yang selalu diprioritaskan oleh Majelis Tabligh karena memiliki hak untuk mendapatkan pengetahuan tentang keislaman secara mendalam. Bimbingan ini tentunya membutuhkan sebuah strategi khusus dari sumber yang kredibel untuk memperkuat keyakinan para muallaf yang belum mengenal islam secara holistik. Hal ini bertujuan untuk menjaga konsistensi keimanan dan keislaman kelompok muallaf agar selalu berpegang teguh pada agama islam.

Proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Majelis Tabligh merupakan bagian dari sebuah tindakan mempengaruhi kelompok muallaf agar sesuai tujuan yang diharapkan. Dalam hal ini, Majelis Tabligh selektif dalam memilih strategi komunikasi persuasif yang relevan dengan kondisi dan situasi kelompok muallaf. Strategi komunikasi persuasif merupakan satu kesatuan dari perencanaan komunikasi persuasif dan manajemen komunikasi (Anindya Septiana Arfiani, 2022). Perencanaan komunikasi yang matang berpengaruh pada keberhasilan suatu proses komunikasi persuasif (Onong Uchjana Effendy, 2003). Agar pesan-pesan komunikasi dapat diterima dengan baik oleh kelompok muallaf serta diamalkan dalam kehidupan.

AIDDA Sebagai Formula Komunikasi Persuasif

Pada dasarnya, perhatian Majelis Tabligh kepada kelompok muallaf menjadi salah satu strategi dalam melakukan komunikasi persuasif. Hal ini sejalan dengan formula pelaksanaan komunikasi persuasif yang dikenal dengan istilah AIDDA. Formula ini merupakan kesatuan

singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif sebagai berikut:

A = Attention

Pelaksanaan komunikasi persuasif diawali dengan upaya membangkitkan perhatian (*attention*) komunikan. Aktualisasi tahap ini dilakukan oleh Majelis Tabligh dengan menyampaikan kata-kata yang dapat merangsang pendengaran komunikan seperti tujuan kedatangan Majelis Tabligh, pengenalan latar belakang individu, penelusuran permasalahan yang terjadi, hingga penyampaian pesan-pesan keagamaan yang dapat menarik perhatian masyarakat. Keberhasilan tahap *attention* ini dapat ditunjukkan dari kedalaman Majelis Tabligh dalam memahami kebutuhan kelompok muallaf.

Proses pendalaman kebutuhan kelompok muallaf dapat ditelusuri melalui afeksi atau citra pada awal pertemuan. Sebagai resultannya, Majelis Tabligh berusaha memunculkan tekad untuk bertindak sesuai keinginan masyarakat. Dalam hal ini, upaya pemenuhan kebutuhan menjadi strategi awal untuk membangkitkan *attention* kelompok muallaf. Pemenuhan kebutuhan masyarakat menjadi pokok utama yang dilakukan Majelis Tabligh untuk menumbuhkan perhatian kelompok muallaf sebelum beralih ke tahapan proses komunikasi selanjutnya.

I = Interest

Usaha komunikasi persuasif dilakukan dengan penyampaian pesan secara verbal berupa kata kata yang dapat menumbuhkan minat (*interest*) komunikan. Pemilihan kata-kata harus menyesuaikan dengan latar belakang bahasa komunikan. Apabila komunikan berasal dari suku Jawa, komunikator juga harus menyesuaikan penggunaan bahasa Jawa sebagai bahasa komunikasi persuasif. Ketepatan dalam memilih bahasa komunikasai ini sangat menentukan keberhasilan dalam menarik minat (*interest*) komunikan.

Selanjutnya, keberhasilan proses komunikasi persuasif juga ditentukan oleh raut wajah, ekspresi, serta penampilan komunikator dalam menyampaikan pesan verbal kepada komunikan. Tahap *interest* ini akan berhasil apabila komunikator membahas beberapa hal yang menyangkut kepentingan komunikan. Dalam proses komunikasi, Majelis Tabligh membuka percakapan dasar kepada kelompok muallaf untuk

mendapatkan informasi kegiatan masyarakat pasca konversi agama.

D = *Desire*

Tahap selanjutnya dari proses komunikasi persuasif adalah memunculkan hasrat (*desire*) komunikasi untuk dapat diajak atau dibujuk sesuai tujuan komunikator. Sebagai sumber pesan, komunikator memiliki kebebasan penuh untuk menyampaikan keinginan dan tujuan dari proses komunikasi. Dalam tahap ini, komunikasi akan mempertimbangkan beberapa keputusan yang selanjutnya akan diambil. Kejujuran dan kejelasan penyampaian maksud dan tujuan komunikator menjadi kunci dan keberhasilan dalam menumbuhkan hasrat (*desire*) komunikasi dalam proses komunikasi persuasif.

Dalam menumbuhkan hasrat (*desire*), Majelis Tabligh berupaya untuk mengenalkan ajaran agama Islam kepada kelompok muallaf. Majelis Tabligh menyampaikan pesan-pesan dakwah yang dapat meningkatkan aspek kognitif seperti pengenalan aqidah. Aqidah menjadi sistem keyakinan yang harus dipegang teguh oleh seorang muslim. Dikarenakan sebelumnya kelompok muallaf menganut agama Kristen Katholik, maka pengenalan aqidah menjadi materi komunikasi dan dakwah yang pokok dan wajib untuk disampaikan oleh Majelis Tabligh dalam setiap melakukan kunjungan ke dusun Tugunongko.

D = *Decision*

Setelah mendengar penjelasan tentang aqidah, kelompok muallaf memiliki keleluasaan untuk mengambil keputusan. Keputusan yang diambil harus berdasarkan kehendak sendiri tanpa adanya paksaan. Pengambilan keputusan ini sangat menentukan pengambilan langkah Majelis Tabligh selanjutnya. Pada saat menentukan keputusan, kelompok muallaf harus secara sadar memahami dan menghayati pesan-pesan yang disampaikan serta dampak yang harus dan akan dijalankan setelah mengambil keputusan tersebut.

Hasil dari pengambilan keputusan tersebut dapat berupa perubahan keyakinan, sikap, maupun perilaku. Perubahan yang diharapkan tentu perubahan ke arah yang lebih sesuai syariat Islam. Kelompok muallaf yang secara tekad sudah mengambil keputusan yang matang, Majelis Tabligh akan melanjutkan proses komunikasi persuasif selanjutnya yaitu pelaksanaan kegiatan-

kegiatan yang dapat mendukung keputusan masyarakat untuk merubah kehidupan yang lebih baik.

A = *Action*

Kegiatan (*action*) sebagai salah satu jalan ke arah tercapainya suatu tujuan komunikasi. Kegiatan disini dipahami sebagai sebuah tindakan yang dilakukan kelompok muallaf sebagai dampak dari proses persuasif. Bentuk kegiatan sudah ditentukan oleh Majelis Tabligh sebagai pelaku komunikasi dengan menyesuaikan kondisi dan situasi dari penerima pesan. Dengan adanya proses *action* yang dilakukan oleh kelompok muallaf dalam sebuah komunikasi persuasif, menunjukkan keberhasilan Majelis Tabligh dalam menggerakkan kelompok muallaf untuk berbuat sesuai dengan harapan komunikator.

Urgensi Pelaksanaan Komunikasi Persuasif

Melihat adanya Gerakan misi kristenisasi yang kemungkinan dapat terulang kembali menjadikan komunikasi persuasif penting untuk dilaksanakan secara konsisten dan berkelanjutan oleh Lembaga Majelis Tabligh. Upaya kemajuan dan kelangsungan agama Islam pada kelompok muallaf menjadi tanggungjawab besar Majelis Tabligh dalam rangka mensyiarkan ajaran agama Islam ke seluruh pelosok negeri. Salah satu aspek tujuan kegiatan Majelis Tabligh pada kelompok muallaf adalah upaya untuk mempertahankan eksistensi Islam sebagai *rahmatan lil alamin*. Ada dua pokok penting yang berkaitan dengan hal tersebut yaitu upaya menterjemahkan nilai-nilai normatif Islam menjadi konsep-konsep yang lebih operasional serta upaya merealisasikan (implementasi) konsep-konsep tersebut pada kelompok muallaf.

Sebagai upaya menunaikan fungsi kerahmatan, Majelis Tabligh berupaya untuk membuktikan kepada kelompok muallaf bahwa Islam mampu menjawab segala persoalan yang ada. Hal ini dilakukan dengan memaksimalkan kegiatan-kegiatan yang dapat mendekatkan muallaf dengan agama Islam. Pelaksanaan kegiatan-kegiatan seperti kajian keislaman, pengobatan gratis, pemberian bahan makanan pokok dan santunan, serta pelaksanaan kegiatan Taman Pendidikan Al-qur'an (TPA) ini diharapkan dapat menjadi sumber konsep kehidupan kelompok muallaf.

Secara sederhana, Islam dapat dilukiskan sebagai pancaran manifestasi aqidah (Adeng

Muchtar Ghazali, 2011). Aqidah yang kuat akan mewujudkan kehidupan yang islami yaitu kehidupan sesuai ajaran islam. Formulasi islam dalam kehidupan merupakan sistematisasi dari apa yang selama ini menjadi acuan dalam misi Majelis Tabligh yaitu mewujudkan amalan-amalan islam dalam kehidupan perorangan, keluarga, dan masyarakat. Dalam hal ini, islam yang dikenal sebagai pedoman hidup (*way of life*) tidak hanya mengatur berbagai kehidupan yang bukan saja diperuntukkan bagi kesejahteraan individu, melainkan juga bagi semua masyarakat muslim (Taufik Al-Wa'iy, 2010). Pandangan islam mengenai kehidupan menjadi konsep Majelis Tabligh yang secara nyata dapat membuktikan bahwa islam sebagai agama yang kontekstual.

Penegakkan pola komunikasi persuasif pada kelompok muallaf menjadi langkah strategis dalam rangka mempertahankan eksistensi islam di dusun Tugunongko. Apabila kegiatan keislaman berhenti dan tidak ada kelanjutan, maka ditakutkan akan mengundang misionaris untuk menjangkau kembali wilayah tersebut. Oleh karena itu, Majelis Tabligh harus secara sabar dan konsisten untuk memberi pembinaan dan perhatian yang lebih pada kelompok muallaf baik dalam lingkup keagamaan, sosial, maupun ketahanan ekonomi masyarakat. Penguatan dalam beberapa aspek kehidupan ini penting dilakukan dengan tujuan agar kelompok muallaf semakin memperteguh keyakinannya terhadap islam serta semakin meningkatkan ketaqwaan dalam beribadah kepada Allah SWT.

KESIMPULAN

Majelis Tabligh sebagai lembaga dakwah memiliki tugas dan tanggungjawab untuk memperteguh keyakinan kelompok muallaf pasca konversi agama. Proses pendekatan dakwah dilakukan melalui strategi komunikasi persuasif yang bersifat multiaspek yaitu berorientasi pada pembentukan keyakinan, sikap, perilaku serta kegiatan-kegiatan yang secara nyata dan interaktif dapat mengarahkan kelompok muallaf terhadap kebutuhannya. Dalam hal ini komunikasi persuasif menjadi bagian dari proses yang diarahkan dan direncanakan untuk mewujudkan tatanan kehidupan berlandaskan ajaran Islam. Penguatan dalam beberapa aspek kehidupan ini penting dilakukan untuk memperkuat aqidah dan pembinaan umat demi mempertahankan eksistensi

agama Islam di dusun Tugunongko kabupaten Ponorogo.

Daftar Pustaka

- Adeng Muchtar Ghazali. (2011). *Antropologi Agama; Upaya Memahami Keragaman Kepercayaan, Keyakinan, dan Agama* (Cet.1). Alfabeta.
- Adian Husaini. (2008). *Kristenisasi di Indonesia*. Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia.
- Andreas Sudjono. (2013). Mentalitas Misionaris. *Antusias : Jurnal Teologi Dan Pelayanan*, 2, 4. <https://www.sttintheos.ac.id/e-journal/index.php/antusias/article/view/24>
- Anindya Septiana Arfiani. (2022). Komunikasi Persuasif pada Community Development (Kajian Tematik Perspektif Al-Qur'an). *Jurnal Bina Al-Ummah*, 17(1). <http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/alummah/article/view/11431/5476>
- Dedy Djamaluddin Malik dan Yosol Iriantara. (1994). *Komunikasi Persuasif*. PT.Remaja Rosdakarya.
- Edi Suharto. (2014). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Refika Aditama.
- Irzum Farihah. (2015). Mcdoaldisasi Dakwah Masyarakat Pinggiran. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, XVI(1). <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/1060/932>
- Iswandi Syahputra. (2007). *Komunikasi Profetik : Konsep dan Pendekatan*. Simbiosis Rekatama Media.
- Jalaluddin. (2001). *Psikologi Agama*. PT Raja Grafindo Persada.
- Jan.S.Aritonang. (2006). *Sejarah Perjumpaan Kristen dan Islam di Indonesia*. Gunung Mulia.
- Kumariyanto, Y. (2016). *Studi Kasus Pindah Agama di GKJW Jemaat Ponorogo Dari Perspektif Konseling Pastoral* [Universitas Kristen Satya Wacana]. <https://core.ac.uk/download/pdf/288110586.pdf>
- M.Abdul Mujib dkk. (1997). *Kamus Istilah Fiqh*. Pustaka Firdaus.

- M.Djunaidi dan Fauzan Almanshur. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Onong Uchjana Effendy. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi Cet ke -3*. PT.Citra Aditya Bakti.
- Raymond F. Paloutzian. (1996). *Invitation to the Psychology of Religion*. Allyn and Bacon.
- Razaleigh Muhamat. (2015). *Pembangunan Dakwah Kontemporer Kepada Saudara Baru di Malaysia*.
https://www.researchgate.net/profile/Razaleigh_Muhamat_Kawangit/publication/303025974_
- Rosidin, Widodo, dan S. A. (2020). Strategi Penyuluh Agama Dalam Pemberdayaan Muallaf Kecamatan Turi Kabupaten Sleman. *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan P-ISSN: 1907-4174, E-ISSN: 2621-0681, 14(1)*.
<https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/204>
- S.Djuarsa Sanjaya. (1994). *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Syuhudi, M. I. (2013). Pola Pembinaan Muallaf di Kota Manado. *Al-Qalam: Jurnal Penelitian Agama Dan Sosial Budaya*.
- Taufik Al-Wa'iy. (2010). *Dakwah ilallah*. Darul Yaqin.



© 2023 Oleh authors. Lisensi KOMUNIKA: Jurnal Ilmu Komunikasi, Uhamka, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).