

Manajemen Dakwah Multietnis dan Pembentukan Identitas Keislaman: Studi Komparatif Mualaf Center Indonesia dan Persatuan Islam Tionghoa Indonesia

Multiethnic Da'wah Management and the Formation of Islamic Identity: A Comparative Study of Converts Center Indonesia and the Indonesian Chinese Islamic Association

¹Al Kahfi, ²Suparto

^{1,2} Magister Manajemen Dakwah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

alkafi588@gmail.com, suparto@uinjkt.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.52048/inovasi.v19i2.681>

ABSTRACT

The growing number of converts to Islam in Indonesia reflects complex dynamics of religious identity, particularly within a multi-ethnic society. Religious conversion is not merely a theological transition but also involves identity negotiation, social acceptance, and the need for sustained guidance. In this context, adaptive dakwah organizations play a crucial role in ensuring that the internalization of Islamic teachings occurs inclusively. This study aims to analyze the strategies of multi-ethnic dakwah management implemented by Mualaf Center Indonesia (MCI) and the Indonesian Chinese Muslim Association (PITI), as well as their contributions to shaping the Islamic identity of converts. Analysis using Munir's Dakwah Management Theory shows that MCI applies a modern, structured, and universal-oriented management model through spiritual guidance, psychosocial support, and economic empowerment. Meanwhile, PITI develops an ethnically based dakwah strategy for Chinese Muslims by integrating cultural elements, using local symbols and language, and strengthening community networks. From the perspective of Tajfel and Turner's Social Identity Theory, the findings reveal that the success of convert mentoring is largely influenced by the organization's ability to provide an accepting, secure, and ethnically compatible ingroup. Thus, this study highlights that multi-ethnic dakwah management must not only organize programs but also address the social identity dynamics experienced by converts. The findings contribute theoretically to the development of multi-ethnic dakwah management studies and offer a strategic model relevant for dakwah organizations in plural societies.

Keywords: *converts, Da'wah management, multi-ethnic, MCI, Islamic identity, PITI*

ABSTRAK

Fenomena pertumbuhan mualaf di Indonesia menunjukkan dinamika identitas keagamaan yang kompleks, terutama dalam konteks masyarakat multietnis. Perubahan agama tidak hanya berkaitan dengan aspek teologis, tetapi juga mencakup pergulatan identitas, penerimaan sosial, serta kebutuhan pendampingan yang berkelanjutan. Dalam kondisi tersebut, keberadaan organisasi dakwah yang adaptif menjadi krusial untuk memastikan proses internalisasi Islam berjalan secara inklusif. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi manajemen dakwah multietnis yang dijalankan oleh Mualaf Center Indonesia (MCI) dan Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) serta kontribusinya dalam membentuk

identitas keislaman mualaf. Analisis menggunakan teori Manajemen Dakwah Munir menunjukkan bahwa MCI menerapkan model pengelolaan yang modern, terstruktur, dan berorientasi universal melalui pembinaan spiritual, dukungan psikososial, dan pemberdayaan ekonomi. Sementara itu, PITI mengembangkan strategi dakwah berbasis etnis Tionghoa melalui integrasi budaya, penggunaan simbol dan bahasa setempat, serta penguatan jaringan komunitas. Melalui perspektif Teori Identitas Sosial Tajfel & Turner, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pendampingan mualaf sangat dipengaruhi oleh sejauh mana organisasi dakwah mampu menyediakan *ingroup* yang menerima, aman, dan selaras dengan identitas etnis yang tetap dipertahankan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa manajemen dakwah multietnis tidak hanya mengatur program dakwah, tetapi juga mengelola dinamika identitas sosial mualaf. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi manajemen dakwah dan menawarkan model strategis yang relevan bagi organisasi dakwah di tengah masyarakat plural.

Kata kunci: Manajemen dakwah, multietnis, mualaf, MCI, identitas keislaman, PITI

PENDAHULUAN

Dakwah Islam di Indonesia berlangsung dalam konteks masyarakat yang sangat majemuk, baik dari sisi etnis, budaya, maupun tradisi keagamaan. Dengan lebih dari 1.300 kelompok etnis, proses penyebaran ajaran Islam tidak dapat dilepaskan dari interaksi lintas identitas. Dakwah bukan lagi dipahami hanya sebagai penyampaian pesan keagamaan secara tekstual, melainkan juga sebagai proses dialogis yang menuntut strategi inklusif agar dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat (Kahfi et al., 2025). Dalam konteks ini, manajemen dakwah multietnis yakni proses pengelolaan dakwah yang secara sadar merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengevaluasi program dengan mempertimbangkan keragaman etnis, budaya, bahasa, dan pengalaman sosial *mad'u* (Penerima Pesan) menjadi instrumen penting untuk memastikan bahwa Islam dapat hadir secara ramah, adaptif, dan responsif terhadap kebutuhan spiritual komunitas yang berbeda latar belakang.

Fenomena mualaf di Indonesia menunjukkan perkembangan yang dinamis, seiring meningkatnya mobilitas sosial, interaksi lintas budaya, dan globalisasi identitas keagamaan (Rahmawati, 2020). Indonesia dengan populasi mencapai 282,4 juta jiwa pada semester I 2024, memiliki jumlah penduduk muslim sebanyak 245,9 juta jiwa atau sekitar 87,08% (DataIndonesia, 2024). Di tengah mayoritas muslim ini, kelompok mualaf tetap memiliki posisi strategis. Jumlah mereka terus bertambah setiap tahun, sehingga fenomena mualaf menjadi salah satu medan dakwah yang memerlukan perhatian serius. Para mualaf sering

kali berada dalam posisi yang rentan, karena di satu sisi mereka harus meneguhkan identitas keislaman yang baru, namun di sisi lain masih berhadapan dengan ikatan sosial-budaya yang telah lama melekat (Hidayatulloh 2021). Situasi ini tidak jarang melahirkan dilema psikologis, tekanan sosial, hingga diskriminasi dari lingkungan sekitar. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi dakwah yang tidak hanya fokus pada penguatan akidah, tetapi juga memperhatikan dimensi sosial, kultural, dan ekonomi mualaf agar proses transisi identitas mereka berjalan secara harmonis.

Dalam konteks ini, keberadaan organisasi dakwah yang fokus pada mualaf memiliki posisi strategis. Mualaf Center Indonesia (MCI) hadir sebagai wadah pembinaan komprehensif bagi mualaf perkotaan, tidak hanya memfasilitasi prosesi syahadat, tetapi juga menyediakan bimbingan keislaman dasar, konseling spiritual, hingga pelatihan pemberdayaan ekonomi (Muslimah 2022). MCI bergerak dengan pendekatan universal, membuka ruang bagi mualaf dari beragam etnis melalui program pembinaan spiritual, pendidikan Islam, hingga pemberdayaan ekonomi. Sebaliknya, PITI mengusung pendekatan yang lebih khusus, yakni dakwah kepada komunitas Muslim Tionghoa, dengan mengedepankan integrasi nilai Islam dengan budaya Tionghoa. Dua model dakwah ini tidak hanya menggambarkan perbedaan strategi, tetapi juga memperlihatkan keragaman wajah Islam Indonesia yang mampu berdialog dengan multikulturalisme.

Penelitian mengenai mualaf di Indonesia selama ini cenderung berfokus pada aspek konversi agama, motivasi perpindahan keyakinan, serta problem psikososial yang dialami setelah masuk Islam. Misalnya, (Saloom, Gazi, 2020) menekankan hubungan antara proses konversi dan kesejahteraan subjektif mualaf, sementara (Maimun, 2023) menyoroti dimensi spiritual dalam pengalaman "hidayah" pascaperpindahan agama. Selain itu, beberapa penelitian juga mengkaji pembinaan mualaf oleh lembaga dakwah, seperti studi (Zakiyah et al., 2023) tentang persepsi mualaf di Mualaf Center Malang terhadap moderasi dan integrasi sosial, serta temuan (Muhaimin et al., 2024) yang memotret proses *recovery* kemualafan di Mualaf Center Pematang Siantar. (Erhanda, 2024; Lubis, 2025) turut menambahkan bahwa pendampingan keagamaan terhadap mualaf masih menghadapi beragam tantangan di tingkat praksis. Penelitian lain yang mengangkat mualaf berbasis etnis, seperti studi (Fadhilatunnisa, 2022) tentang konversi pada komunitas Tionghoa Muslim di PITI

Palembang, lebih banyak menggambarkan pengalaman personal mualaf dan dinamika identitas etnokultural mereka.

Meskipun kontribusi penelitian-penelitian tersebut penting, sebagian besar masih bersifat deskriptif dan belum menempatkan persoalan mualaf dalam kerangka manajemen dakwah multietnis, yaitu bagaimana lembaga dakwah mengelola keragaman etnis, budaya, dan kebutuhan spiritual mualaf secara terstruktur. Selain itu, kajian yang secara langsung membandingkan strategi dakwah antarorganisasi yang bekerja dalam konteks multietnis, khususnya antara Mualaf Center Indonesia (MCI) yang bersifat universal lintas etnis dan Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) yang berfokus pada komunitas Tionghoa Muslim, masih sangat terbatas. Padahal, analisis komparatif terhadap kedua lembaga ini penting untuk melihat bagaimana perbedaan basis etnis dan orientasi dakwah membentuk pola pembinaan mualaf dan memengaruhi konstruksi identitas keislaman mereka. Keterbatasan inilah yang menjadi celah penelitian (*research gap*) dan mendasari pentingnya studi ini untuk memahami strategi manajemen dakwah multietnis secara lebih mendalam serta dinamika pembentukan identitas keislaman mualaf dalam dua model organisasi dakwah yang berbeda.

KAJIAN TEORI

Kajian mengenai manajemen dakwah multietnis dapat dijelaskan melalui beberapa perspektif teoritis yang saling melengkapi. Pertama, teori manajemen dakwah memberi kerangka dasar untuk memahami bagaimana proses dakwah dirancang dan dilaksanakan dalam konteks masyarakat majemuk. Menurut Munir, manajemen dakwah meliputi proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan dakwah yang harus disesuaikan dengan karakteristik audiens (Muhammad Munir, 2021). Dalam konteks multietnis, teori ini menekankan bahwa dakwah bukan hanya penyampaian pesan keagamaan, melainkan juga pengelolaan interaksi sosial yang mempertimbangkan perbedaan budaya, bahasa, nilai, dan identitas yang dimiliki mad'u. Oleh karena itu, efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dakwah mengelola keragaman tersebut melalui strategi yang adaptif dan inklusif.

Kedua, pembentukan identitas keislaman mualaf dapat dianalisis melalui Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory*) yang diperkenalkan oleh Tajfel dan Turner (1986). Teori ini menjelaskan bahwa identitas individu dibentuk melalui keanggotaannya dalam kelompok sosial tertentu (Tajfel, H., & Turner, 1986). Bagi mualaf, proses masuk Islam tidak hanya berarti perubahan keyakinan, tetapi juga peralihan identitas dari kelompok lama menuju kelompok baru. Perubahan ini sering menimbulkan dilema identitas, terutama ketika mereka harus menegosiasikan hubungan antara identitas etnis yang telah melekat sejak lahir dengan identitas keislaman yang baru. Dalam konteks ini, dukungan komunitas dakwah, keberterimaan sosial, serta proses pembinaan sangat memengaruhi kemampuan mualaf untuk meneguhkan identitas keislamannya.

Selain itu, kajian dakwah multietnis juga dapat menggunakan perspektif komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication*). Pendekatan ini menekankan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan, tetapi juga oleh kemampuan dai memahami simbol, bahasa, gaya komunikasi, dan tradisi audiens. Dalam konteks mualaf, sensitivitas budaya menjadi penting untuk menghindari hambatan psikologis dan sosial yang dapat mengganggu proses internalisasi nilai-nilai Islam. Lembaga dakwah yang mampu menyesuaikan gaya komunikasinya dengan kebutuhan audiens multietnis cenderung lebih berhasil dalam proses pembinaan jangka panjang. Secara keseluruhan, teori manajemen dakwah, teori identitas sosial, dan pendekatan komunikasi lintas budaya memberikan kerangka konseptual yang komprehensif untuk menganalisis strategi dakwah MCI dan PITI. Keempat perspektif ini membantu menjelaskan bagaimana lembaga dakwah mengelola keragaman etnis, membina identitas keislaman mualaf, serta menyesuaikan pendekatan dakwah sesuai konteks budaya masing-masing komunitas. Kerangka teori ini menjadi dasar analitis dalam memahami strategi manajemen dakwah multietnis yang dijalankan oleh kedua lembaga tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami strategi manajemen dakwah multietnis serta dinamika pembentukan identitas keislaman mualaf pada Mualaf Center Indonesia (MCI) dan Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses, makna, dan pengalaman sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, sedangkan sifat deskriptif

digunakan untuk menggambarkan realitas dakwah multietnis sebagaimana adanya. Pendekatan komparatif diperlukan untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan strategi yang diterapkan kedua organisasi. Lokasi penelitian ditempatkan pada kegiatan MCI dan PITI yang dipilih secara purposive karena masing-masing merepresentasikan dua model dakwah multietnis yang berbeda, yakni dakwah universal lintas etnis pada MCI serta dakwah berbasis etnis Tionghoa pada PITI.

Subjek penelitian terdiri atas pengurus, pembina atau relawan, serta mualaf binaan dari kedua lembaga. Secara keseluruhan, penelitian ini mewawancarai 11 informan yang dianggap paling memahami dinamika internal organisasi. Informan dari MCI berjumlah enam orang, terdiri atas ketua cabang, dua pembina mualaf, satu relawan pendamping sosial-ekonomi, serta dua mualaf binaan aktif. Sementara itu, informan dari PITI berjumlah lima orang, meliputi seorang pengurus organisasi, seorang tokoh Tionghoa Muslim, satu pembina mualaf, serta dua mualaf Tionghoa. Pemilihan informan mengikuti prinsip purposive sampling dengan pertimbangan kedekatan informan terhadap aktivitas dakwah serta relevansi pengalaman mereka terhadap fokus penelitian. Jumlah informan ditetapkan berdasarkan prinsip kecukupan data hingga mencapai titik kejenuhan (*data saturation*), yaitu ketika informasi yang diperoleh sudah berulang dan tidak lagi menghasilkan temuan baru.

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman, strategi dakwah, problematika pembinaan, serta dinamika identitas keislaman para mualaf. Observasi partisipatif dilakukan dengan mengikuti berbagai kegiatan pembinaan yang diselenggarakan MCI dan PITI, seperti kelas akidah, kajian keislaman, konseling, serta kegiatan dakwah berbasis budaya. Observasi ini memungkinkan peneliti melihat langsung pola komunikasi, interaksi sosial, dan metode dakwah yang diterapkan. Selain itu, studi dokumentasi dilakukan terhadap arsip organisasi, laporan kegiatan, modul pembinaan, publikasi internal, dan literatur akademik yang relevan guna memperkuat landasan empiris sekaligus teori penelitian.

Analisis data dilakukan mengikuti model Miles & Huberman, yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi secara induktif (Miles & Huberman, 2014). Analisis data dalam penelitian ini difokuskan pada temuan dari

wawancara mendalam, observasi kegiatan pembinaan, serta dokumen organisasi baik dari MCI maupun PITI. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi informasi yang berkaitan dengan perencanaan dakwah, pola pembinaan mualaf, dinamika identitas keislaman, strategi organisasi, serta interaksi kultural yang terjadi dalam proses dakwah. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, yakni membandingkan informasi dari pengurus, relawan, dan mualaf dengan hasil observasi dan dokumentasi, sehingga temuan penelitian lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Gerakan Dakwah MCI dan PITI

Indonesia adalah negara dengan keragaman etnis, budaya, dan agama yang sangat kompleks. Data BPS tahun 2020 mencatat lebih dari 1.300 kelompok etnis, yang menjadikan Indonesia sebagai laboratorium sosial multikultural yang unik. Dalam konteks ini, gerakan dakwah Islam tidak bisa dilepaskan dari dinamika etnisitas dan relasi sosial. Dakwah multietnis berarti aktivitas penyebaran Islam yang memperhitungkan konteks budaya, identitas etnis, serta sensitivitas sosial kelompok sasaran. Menurut Azyumardi Azra dalam Astuti, Islam di Indonesia berkembang bukan hanya melalui jalur teologis, melainkan juga melalui proses akulturasi budaya (Astuti, 2018). Hal ini menuntut lembaga dakwah untuk adaptif dan mampu menampilkan wajah Islam yang inklusif. Dua contoh representasi gerakan dakwah multietnis di Indonesia adalah Mualaf Center Indonesia (MCI) yang membina mualaf dari beragam etnis, dan Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) yang fokus pada dakwah etnis Tionghoa.

Kedua organisasi tersebut mencerminkan dua pendekatan dakwah yang berbeda namun saling melengkapi. MCI bergerak dengan pendekatan universal, berusaha memberikan pendampingan kepada mualaf dari latar etnis yang heterogen, sehingga metode yang digunakan cenderung bersifat general namun tetap memperhatikan kebutuhan individu (Yudha 2016). Sebaliknya, PITI menekankan pada model dakwah berbasis etnis yang lebih spesifik, dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam identitas budaya Tionghoa. Pola ini menunjukkan bahwa dakwah multietnis tidak dapat diseragamkan, melainkan harus menyesuaikan dengan konteks sosial dan kebutuhan kultural komunitas sasaran. Dengan demikian, MCI dan PITI dapat dijadikan model

komparatif untuk memahami bagaimana dakwah Islam di Indonesia merespons tantangan pluralitas, sekaligus menjaga relevansinya dalam masyarakat multikultural.

1. Profil Mualaf Center Indonesia (MCI) dalam Pembinaan Mualaf

Mualaf Center Indonesia (MCI) merupakan salah satu lembaga dakwah kontemporer yang berfokus pada pembinaan, pendampingan, dan pemberdayaan mualaf dari beragam latar belakang etnis dan budaya (Handayani 2024). Lembaga ini lahir dari kesadaran akan pentingnya menghadirkan wadah inklusif bagi para mualaf yang kerap menghadapi problem sosial, psikologis, dan kultural setelah memeluk Islam. Sejak awal berdirinya, MCI berkomitmen tidak hanya mengajarkan aspek teologis (akidah, ibadah, dan syariat), tetapi juga memberikan dukungan pada dimensi sosial dan kultural agar mualaf dapat beradaptasi secara utuh di tengah masyarakat Muslim yang heterogen (Anggia 2023).

Secara umum, program yang dijalankan MCI meliputi:

- a. Pembinaan Akidah dan Ibadah – memberikan pelatihan dasar-dasar Islam, seperti tata cara shalat, membaca Al-Qur'an, serta pengetahuan fikih praktis.
- b. Pendampingan Psikososial – menyediakan layanan konseling dan *support group* bagi mualaf yang mengalami krisis identitas, tekanan keluarga, atau stigma budaya.
- c. Pemberdayaan Ekonomi – memberikan pelatihan keterampilan kerja dan akses modal untuk memastikan kemandirian finansial para mualaf.
- d. Penguatan Komunitas – membentuk kelompok persaudaraan yang berfungsi sebagai keluarga baru bagi mualaf, menggantikan peran keluarga asal yang seringkali menolak mereka.

Secara teoretis, kiprah MCI dapat dianalisis menggunakan Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow. Pada level kebutuhan fisiologis dan keamanan, MCI berusaha membantu mualaf melalui program pemberdayaan ekonomi (Umin, 2019). Pada level sosial, MCI menghadirkan komunitas yang menjadi ruang persaudaraan. Sementara pada level aktualisasi diri, MCI memberi kesempatan bagi mualaf untuk terlibat sebagai relawan dan bahkan pendakwah. Selain itu, teori *social support* Cobb juga relevan, karena dukungan sosial terbukti memperkuat ketahanan mualaf dalam menghadapi tekanan sosial pasca-konversi. Penelitian mengenai pendampingan mualaf di perkotaan menunjukkan bahwa mualaf yang memiliki dukungan komunitas cenderung lebih kuat dalam mempertahankan identitas keislamannya dibandingkan dengan mereka yang berjalan sendiri (Hidayat, 2023).

Hal ini menegaskan bahwa MCI merepresentasikan model dakwah yang integratif yang memadukan dimensi spiritual, sosial, dan kultural untuk menjawab tantangan dakwah multietnis di Indonesia.

2. Profil Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) sebagai Dakwah Etnis Tionghoa

Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) adalah organisasi dakwah yang berfokus pada pembinaan, penguatan identitas, dan pemberdayaan komunitas Muslim Tionghoa di Indonesia (Hati, 2018). PITI didirikan pada tahun 1961 sebagai respon terhadap kebutuhan akan wadah khusus bagi masyarakat Tionghoa yang memeluk Islam, sekaligus sebagai medium untuk menjembatani hubungan antara Islam dan budaya Tionghoa yang selama ini dipersepsikan berbeda (Warman 2019).

Program-program utama PITI mencakup:

- a. Dakwah Budaya – mengintegrasikan simbol budaya Tionghoa dalam kegiatan keislaman, seperti perayaan Imlek Islami, penggunaan bahasa Mandarin, serta seni kaligrafi Tionghoa-Islam.
- b. Penguatan Identitas – membantu Tionghoa Muslim dalam menjalani identitas ganda sebagai Muslim sekaligus Tionghoa melalui diskusi, kajian, dan konsolidasi komunitas.
- c. Diplomasi Sosial dan Keagamaan – menjalin hubungan dengan organisasi keagamaan lain, baik Islam maupun lintas agama, untuk memutus stereotip bahwa Islam adalah agama eksklusif etnis tertentu.
- d. Pembinaan Keluarga Muslim Tionghoa – memberikan pendidikan agama dan bahasa bagi generasi muda Tionghoa Muslim agar mereka tidak tercerabut dari akar budaya maupun agamanya.

Dalam perspektif Teori Identitas Sosial (Tajfel, H., & Turner, 1986) konversi agama pada etnis Tionghoa seringkali menimbulkan dilema identitas ganda: antara keislaman sebagai identitas baru dan keterikatan etnis sebagai identitas lama (Alamsyah, 2025). PITI memfasilitasi proses negosiasi identitas ini melalui integrasi budaya (Hasanah, 2021). Sementara menurut Teori Akulturasi tahun 1997 PITI mendorong strategi *integration*, yaitu mempertahankan budaya lama sembari mengadopsi nilai Islam sebagai identitas baru (Ramadhan, 2024). Demikian pula, Rijal menegaskan bahwa PITI telah berperan strategis dalam menghapus stigma bahwa Islam adalah agama pribumi, sekaligus memperlihatkan

universalitas Islam yang dapat diterima oleh seluruh etnis (Rijal, 2024). Dengan demikian, PITI bukan hanya sekadar organisasi keagamaan, tetapi juga representasi dakwah multietnis yang mampu menyatukan nilai Islam dengan budaya Tionghoa, sekaligus memperkuat integrasi sosial di tengah masyarakat Indonesia yang plural.

Dalam masyarakat multikultural, posisi mualaf seringkali dilematis (Novta et al., 2024). Konversi agama bukan hanya persoalan teologis, tetapi juga menyangkut status sosial, relasi keluarga, hingga posisi dalam jaringan sosial budaya. Mualaf menghadapi tekanan dari dua sisi: penolakan dari komunitas asal dan kesulitan adaptasi dalam komunitas Muslim. Banyak mualaf berada dalam posisi *marginalization* ketika mereka ditolak oleh komunitas asal sekaligus tidak sepenuhnya diterima dalam komunitas baru (Lubis, 2025). Di sinilah peran lembaga dakwah seperti MCI dan PITI menjadi sangat penting, karena keduanya menyediakan ruang integrasi yang menolong mualaf menemukan posisi sosial-religius yang stabil.

Dalam sebuah tulisan *religious conversion in multicultural societies* menunjukkan bahwa keberhasilan mualaf dalam mempertahankan keyakinan barunya sangat ditentukan oleh dukungan komunitas, akses pendidikan agama, dan adanya ruang aman untuk mengekspresikan identitas keagamaan. Dengan kata lain, dakwah multietnis bukan hanya proses penyebaran ajaran Islam, tetapi juga proses rekayasa sosial yang bertujuan menciptakan inklusi, solidaritas, dan integrasi antaridentitas. MCI hadir dengan pendekatan universal berbasis kebutuhan spiritual-sosial, sementara PITI tampil dengan pendekatan kultural berbasis integrasi identitas etnis. Keduanya menegaskan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh sensitivitas sosial dan kemampuan menjawab tantangan multikulturalisme.

Model Manajemen Dakwah Multietnis: Komparasi Strategi MCI dan PITI

1. Perencanaan Dakwah (Visi, Misi, dan Tujuan)

Dalam perspektif Munir (2021), perencanaan dakwah harus dimulai dari analisis kebutuhan *mad'u (need assessment)*, penetapan tujuan dakwah, serta penentuan strategi yang sesuai dengan karakter sosial-budaya sasaran. Kerangka inilah yang terlihat jelas pada MCI dan PITI. Mualaf Center Indonesia (MCI) menekankan perencanaan dakwah berbasis kebutuhan mualaf dari beragam latar etnis. Visi yang diusung adalah mencetak mualaf yang berdaya secara spiritual dan sosial sehingga mampu beradaptasi dalam masyarakat

mayoritas Muslim. Tujuannya tidak hanya mengislamkan secara formal, tetapi memastikan kontinuitas keislaman dengan pendekatan penguatan iman dan jejaring komunitas (Zuliana 2022). Dalam salah satu kelas pembinaan yang saya amati, pembina MCI membuka sesi dengan pemetaan masalah mualaf, seperti keterbatasan pengetahuan ibadah, konflik keluarga, hingga kesulitan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan mereka benar-benar berbasis kebutuhan aktual *mad'u*. Sementara itu, Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) lebih menekankan perencanaan dakwah yang kontekstual dengan identitas kultural Tionghoa. Visi PITI adalah menjembatani Islam dengan tradisi Tionghoa sehingga proses konversi tidak menimbulkan keterasingan sosial (Hati 2018). Dengan demikian, perencanaan dakwah PITI lebih fokus pada akulturasi dan harmonisasi budaya, sejalan dengan prinsip integrasi sosial dalam masyarakat multietnis.

2. Implementasi Program Dakwah (Pembinaan Spiritual, Sosial, dan Ekonomi)

Pelaksanaan program dakwah MCI berfokus pada pembinaan spiritual yang sistematis melalui kajian rutin, pengajaran dasar-dasar ibadah, serta pendampingan keislaman secara personal. Selain itu, MCI mengembangkan program sosial berupa jaringan dukungan psikologis, konsultasi keluarga, dan bimbingan untuk mengatasi konflik identitas pascakonversi (Lubis, 2025). Pada aspek ekonomi, MCI berupaya memberikan akses pelatihan keterampilan dan bantuan modal usaha kecil untuk memperkuat kemandirian mualaf. Hal ini sejalan dengan gagasan bahwa dakwah harus bersifat integral, tidak semata-mata ritual, tetapi juga menyentuh dimensi sosial-ekonomi.

Di sisi lain, PITI melaksanakan program yang menekankan keseimbangan antara spiritualitas Islam dan identitas Tionghoa. Pengajian dilakukan dengan menggunakan pendekatan budaya, seperti penggunaan bahasa Mandarin dalam beberapa kegiatan atau penyelenggaraan perayaan Islam dengan nuansa tradisi Tionghoa. PITI juga berperan aktif dalam membangun jaringan sosial dengan komunitas Tionghoa non-Muslim, sehingga dakwah yang dilakukan bersifat inklusif. Dalam aspek ekonomi, PITI sering mendorong kegiatan kewirausahaan berbasis komunitas, sesuai dengan tradisi etnis Tionghoa yang kuat dalam bidang perdagangan. Berdasarkan wawancara dengan salah satu mualaf binaan PITI, terlihat bahwa pendekatan berbasis budaya tersebut memberikan rasa aman dan tidak mengharuskan mereka memutuskan diri dari identitas etnis. Informan menjelaskan bahwa pembinaan yang dilakukan PITI membuatnya merasa lebih diterima karena lembaga

memberikan ruang untuk mempertahankan unsur budaya Tionghoa yang dianggap penting dalam kehidupan keluarga.

Dengan demikian, implementasi program dakwah yang dijalankan MCI dan PITI menunjukkan bahwa kedua lembaga memiliki orientasi yang sama dalam memperkuat keislaman mualaf, tetapi menempuh pendekatan yang berbeda sesuai konteks sosiokultural masing-masing. MCI menekankan pembinaan yang komprehensif melalui penguatan spiritual, pendampingan sosial, dan pemberdayaan ekonomi, sehingga proses dakwah berlangsung secara integral dan berkesinambungan. Hal ini menunjukkan bahwa MCI berupaya membentuk mualaf yang tidak hanya memahami ajaran Islam, tetapi juga mampu beradaptasi secara sosial dalam masyarakat mayoritas Muslim. Di sisi lain, PITI mengimplementasikan program dakwah yang menempatkan keharmonisan antara nilai Islam dan identitas budaya Tionghoa sebagai fondasi pembinaan. Melalui penggunaan simbol, bahasa, dan tradisi Tionghoa, PITI menghadirkan model dakwah yang inklusif dan sensitif budaya. Dengan begitu, proses internalisasi keislaman tidak menimbulkan disorientasi identitas bagi mualaf Tionghoa, karena mereka tetap diberi ruang untuk mempertahankan elemen budaya yang dianggap penting dalam kehidupan keluarga.

Secara keseluruhan, hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah multietnis sangat bergantung pada kemampuan lembaga dakwah dalam menyesuaikan metode, bahasa, dan strategi pembinaan dengan kebutuhan dan identitas mualaf. Model implementasi MCI memberikan penekanan pada penguatan kapasitas spiritual dan sosial secara universal, sedangkan PITI menonjolkan pendekatan kultural yang meneguhkan identitas ganda sebagai Muslim dan Tionghoa. Dengan demikian, kedua pendekatan ini mencerminkan bahwa dakwah yang efektif dalam konteks masyarakat majemuk harus bersifat adaptif, inklusif, dan responsif terhadap keragaman etnis serta pengalaman konversi para mualaf.

3. Model Organisasi dan Pengelolaan Relawan/Anggota

Struktur organisasi MCI bersifat terpusat dengan kepemimpinan yang didominasi oleh para pembina yang memiliki kapasitas keilmuan dan pengalaman dakwah (Fansuri, 2024). Anggota mualaf didorong untuk menjadi kader dakwah melalui proses pembinaan berjenjang (Zainuddin 2024). Relawan dikelola secara profesional dengan pembagian tugas yang jelas, mulai dari bidang pendidikan, sosial, hingga advokasi hukum bagi mualaf. Hal

ini mencerminkan penerapan prinsip manajemen modern dalam organisasi dakwah, yakni pengelolaan sumber daya manusia secara efektif dan produktif. Berbeda dengan itu, PITI memiliki model organisasi yang lebih bersifat kultural dan berbasis komunitas. Keanggotaan PITI tidak hanya mencakup mualaf, tetapi juga Muslim keturunan Tionghoa yang telah lama memeluk Islam. Relawan dikelola dengan pendekatan kekeluargaan yang menekankan solidaritas internal. Pengurus sering kali berasal dari tokoh Tionghoa Muslim yang dihormati, sehingga otoritas kepemimpinan diperoleh bukan hanya dari kapasitas keilmuan, melainkan juga dari legitimasi sosial-budaya. Pola ini membuat PITI lebih adaptif terhadap dinamika komunitas Tionghoa, sekaligus memperkuat rasa identitas kolektif.

4. Evaluasi dan Keberlanjutan Program Dakwah

Evaluasi dalam manajemen dakwah menjadi instrumen untuk mengukur efektivitas program (Kahfi, 2025). MCI menerapkan evaluasi formal melalui laporan kegiatan, survei kepuasan mualaf, serta monitoring perkembangan spiritual individu. Keberlanjutan program dijaga dengan membangun jejaring kerjasama dengan lembaga zakat, ormas Islam, dan lembaga pendidikan. Dengan demikian, MCI tidak bergantung pada satu sumber daya, melainkan memanfaatkan kolaborasi lintas lembaga untuk memperluas dampak dakwah. Sebaliknya, PITI menggunakan mekanisme evaluasi yang lebih informal, biasanya melalui musyawarah internal dan konsensus komunitas. Penekanan tidak hanya pada keberhasilan kuantitatif, tetapi juga kualitas penerimaan Islam dalam kehidupan sehari-hari anggota komunitas Tionghoa.

Keberlanjutan program dijaga dengan mengakar pada nilai-nilai kultural Tionghoa yang dipadukan dengan ajaran Islam, sehingga keberlangsungan PITI tidak hanya ditopang oleh sumber daya eksternal, tetapi juga oleh kekuatan identitas budaya (Ayas 2025). Komparasi strategi MCI dan PITI menunjukkan bahwa model manajemen dakwah multietnis harus mempertimbangkan aspek spiritual, sosial, ekonomi, serta kultural. MCI lebih menonjol dalam pendekatan manajemen modern dengan orientasi pembinaan mualaf secara integral, sementara PITI menekankan model kultural yang adaptif terhadap identitas etnis. Kedua organisasi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan dakwah multietnis tidak hanya ditentukan oleh kekuatan pesan keagamaan, tetapi juga kemampuan institusi dalam merespons kebutuhan sosial dan kultural jamaahnya.

Dengan demikian, perbandingan model organisasi MCI dan PITI menunjukkan bahwa masing-masing lembaga membangun pola pengelolaan relawan dan anggota yang selaras dengan kebutuhan dan karakter komunitasnya. MCI menampilkan struktur organisasi yang modern dan terpusat, dengan pembagian tugas yang jelas serta dorongan kepada para muallaf untuk menjadi kader dakwah melalui pembinaan berjenjang. Temuan ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan salah satu relawan MCI yang menjelaskan bahwa setiap relawan diarahkan pada bidang tugas spesifik seperti pendidikan, sosial, atau advokasi berdasarkan kompetensi yang dimiliki. Informan juga menegaskan bahwa sistem koordinasi internal berjalan rutin melalui rapat mingguan yang diikuti oleh para pembina dan koordinator bidang. Hal ini menunjukkan bahwa MCI menerapkan prinsip pengorganisasian sebagaimana ditegaskan Munir, yaitu pengelolaan sumber daya manusia secara efektif dan produktif.

Di sisi lain, PITI mengadopsi model organisasi yang jauh lebih kultural dan berbasis pada kedekatan sosial. Keanggotaan PITI terdiri dari muallaf Tionghoa maupun Muslim Tionghoa lama, sehingga relasi antaranggota terbangun di atas solidaritas etnis. Hasil observasi saat kegiatan pengajian internal menunjukkan bahwa pengurus senior PITI berperan bukan hanya sebagai pemimpin formal, tetapi juga sebagai figur budaya yang dihormati. Hal ini diperkuat oleh wawancara dengan seorang muallaf PITI yang menyatakan bahwa keterlibatan tokoh Tionghoa Muslim memberikan rasa aman, karena ia merasa dipandu oleh figur yang memahami dinamika budaya mereka. Pendekatan kekeluargaan ini memperkuat legitimasi sosial-budaya dan kohesi kelompok, sehingga proses pembinaan berlangsung lebih natural dan tidak menimbulkan kecanggungan identitas.

Dengan begitu, kedua pola pengelolaan ini menegaskan bahwa bentuk organisasi dan kepemimpinan dalam dakwah multietnis tidak hanya bertumpu pada struktur formal, tetapi juga pada nilai, budaya, dan strategi relasional yang dibangun lembaga. Temuan lapangan menunjukkan bahwa MCI lebih mengandalkan mekanisme manajemen modern berbasis kompetensi, sedangkan PITI lebih bertumpu pada legitimasi simbolik dan solidaritas etnis yang kuat. Hal ini memperlihatkan bahwa efektivitas dakwah multietnis sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam memadukan kebutuhan spiritual muallaf dengan dinamika sosial-budaya komunitas tempat mereka dibina.

Dinamika Identitas Keislaman Muallaf dengan Pendekatan Multietnis dalam Dakwah

Identitas keislaman seorang mualaf merupakan proses yang tidak statis, melainkan dinamis dan terus berkembang (Kurdi, 2023). Perubahan agama seringkali membawa implikasi sosial yang luas, mulai dari pergeseran nilai, relasi keluarga, hingga penerimaan dalam komunitas baru (Abidin 2022). Dalam konteks masyarakat multikultural seperti Indonesia, dinamika ini semakin kompleks karena setiap mualaf membawa latar belakang etnis, budaya, dan tradisi yang berbeda. Dakwah dengan pendekatan multietnis kemudian hadir sebagai sarana penting untuk mengakomodasi keragaman pengalaman tersebut, sekaligus memperkuat proses internalisasi nilai Islam yang berkelanjutan (Irhamdi, 2019). Bagi banyak mualaf, konversi ke Islam tidak hanya berarti transisi teologis, tetapi juga pergulatan identitas (Ardiansyah, 2021). Mereka harus menegosiasikan hubungan dengan identitas etnis yang telah lama melekat, sembari membangun identitas baru sebagai seorang Muslim. Misalnya, mualaf dari etnis Jawa, Batak, atau Dayak membawa warisan adat istiadat tertentu yang kadang berseberangan dengan nilai Islam, sementara mualaf Tionghoa menghadapi stereotip ganda terkait agama dan etnisitasnya. Dalam perspektif Teori Identitas Sosial, proses tersebut menunjukkan bahwa mualaf sedang berpindah dari satu kelompok identitas ke kelompok identitas yang baru (*ingroup* Muslim), sehingga mereka harus menegosiasikan batas-batas identitas lama dan identitas baru secara bersamaan. Pergeseran ini sering menimbulkan ketegangan psikologis, terutama ketika identitas etnis dan identitas keislaman tidak sepenuhnya selaras. Dalam kondisi demikian, pendekatan dakwah yang peka terhadap konteks multietnis menjadi krusial, agar mualaf tidak mengalami keterasingan ganda baik dari komunitas asal maupun komunitas Muslim baru.

Proses pembentukan identitas keislaman mualaf juga berkaitan erat dengan pengalaman sosial yang mereka alami (Pratama, 2025). Studi-studi konversi agama menunjukkan bahwa individu yang mendapat dukungan komunitas cenderung lebih mudah menginternalisasi keyakinan baru dibandingkan mereka yang menjalani proses konversi secara soliter (Soleh 2023). Dalam hal ini, lembaga seperti Mualaf Center Indonesia (MCI) berperan dalam menciptakan ruang yang inklusif bagi mualaf dari berbagai latar belakang etnis, dengan menyediakan pembinaan akidah, kelas literasi Islam, dan dukungan psikososial (Lubis, 2025). Sementara itu, organisasi seperti Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) menekankan pentingnya menjaga kesinambungan identitas etnis dengan

nilai-nilai Islam, sehingga mualaf Tionghoa dapat merasa diterima tanpa kehilangan jati diri budayanya. Temuan ini konsisten dengan Teori Identitas Sosial yang menegaskan bahwa penerimaan dan pengakuan dari kelompok baru merupakan prasyarat penting bagi individu untuk membangun identitas sosial yang stabil. Dalam konteks ini, program pembinaan MCI dan pendekatan kultural PITI memberikan ruang bagi mualaf untuk merasa menjadi bagian dari *ingroup* Muslim tanpa kehilangan penghargaan terhadap identitas etnis asalnya.

Pendekatan multietnis dalam dakwah juga memfasilitasi terjadinya akulturasi harmonis antara Islam dan budaya lokal (Siswanto 2025). Alih-alih memutus warisan budaya mualaf, dakwah multietnis berusaha mengintegrasikannya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Strategi ini relevan dengan dinamika masyarakat Indonesia, yang sejak awal kedatangan Islam telah mengedepankan proses kultural dalam dakwahnya. Dengan demikian, keberadaan MCI dan PITI menjadi contoh nyata bagaimana dakwah dapat berfungsi sebagai jembatan transformasi identitas, bukan sekadar sebagai instrumen konversi. Dinamika identitas keislaman mualaf dalam konteks multietnis menunjukkan bahwa dakwah tidak dapat dipisahkan dari aspek sosial, kultural, dan psikologis (Syarifah, 2016). Identitas keislaman seorang mualaf bukan hanya dibentuk oleh pemahaman teologis, tetapi juga oleh sejauh mana mereka merasa diterima, dihargai, dan diakomodasi dalam komunitas Muslim yang lebih luas (Lubis, 2025). Pendekatan multietnis memberikan model dakwah yang lebih manusiawi, empatik, dan kontekstual, sehingga mampu menjawab kebutuhan mualaf dalam perjalanan spiritual mereka.

Mualaf Center Indonesia (MCI) hadir dengan orientasi dakwah yang bersifat inklusif dan universal (Rusli, 2020). Organisasi ini tidak membatasi pelayanan hanya pada satu kelompok etnis tertentu, melainkan merangkul mualaf dari berbagai latar belakang budaya dan sosial. Pendekatan ini lahir dari kesadaran bahwa mualaf di Indonesia menghadapi problem yang beragam, mulai dari krisis identitas, keterasingan sosial, tekanan keluarga, hingga kebutuhan pembinaan keagamaan yang berkesinambungan. MCI kemudian memfasilitasi kebutuhan tersebut dengan menyediakan program pembinaan dasar-dasar Islam, kelas penguatan akidah, bimbingan ibadah praktis, hingga konseling psikososial. Pola pendampingan yang dilakukan MCI merefleksikan prinsip inklusivitas Islam sebagai rahmatan lil-'alamin, sekaligus menjawab tuntutan masyarakat multikultural yang memerlukan pendekatan dakwah non-diskriminatif. Dengan model universal ini, MCI

menjadi wadah yang memungkinkan muallaf dari etnis manapun untuk merasa diterima sebagai bagian dari komunitas Muslim.

Berbeda dengan MCI, Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) mengadopsi pendekatan yang lebih spesifik, yakni dengan fokus pada dakwah di kalangan etnis Tionghoa. Sejak berdirinya pada tahun 1961, PITI menjadi ruang penting bagi Muslim Tionghoa untuk mengartikulasikan identitas ganda mereka sebagai Muslim sekaligus sebagai bagian dari budaya Tionghoa (Karim, 2021). PITI tidak hanya memberikan pembinaan keagamaan, tetapi juga melakukan integrasi budaya dengan menggunakan simbol, bahasa, dan tradisi Tionghoa dalam aktivitas dakwah (Harahap 2015). Misalnya, pengembangan acara Imlek Islami, penggunaan bahasa Mandarin atau dialek Tionghoa tertentu dalam ceramah, serta penyelenggaraan kegiatan sosial-ekonomi yang melibatkan jejaring Tionghoa Muslim di berbagai daerah. Dengan pendekatan ini, PITI berfungsi sebagai mediator antara nilai Islam dan identitas etnis, sehingga muallaf Tionghoa tidak merasa tercerabut dari akar budayanya. Strategi PITI menunjukkan bagaimana dakwah dapat diartikulasikan dalam bentuk akulturasi kultural yang harmonis, tanpa kehilangan substansi keislaman.

Meskipun berbeda dalam orientasi, MCI dan PITI memiliki persamaan mendasar, yakni sama-sama menempatkan dakwah sebagai sarana pemberdayaan muallaf (Ramadhan, 2024). Keduanya berfokus pada pembinaan akidah, bimbingan ibadah, dan dukungan sosial agar muallaf mampu mempertahankan identitas keislamannya. Namun, perbedaan terlihat pada lingkup dan metode dakwah yang digunakan. MCI bersifat universal dengan membuka ruang bagi semua etnis, sehingga pendekatannya lebih umum dan adaptif terhadap keragaman (Murtopo, 2024). Sebaliknya, PITI bersifat spesifik karena fokus pada komunitas Tionghoa, sehingga dakwahnya lebih menekankan integrasi budaya dengan identitas keislaman. Jika MCI menekankan dimensi inklusivitas, maka PITI menekankan pada integrasi budaya. Perbedaan strategi ini justru memperlihatkan kekayaan model dakwah multietnis di Indonesia, yang dapat menjadi rujukan bagi pengembangan manajemen dakwah kontemporer secara inklusif, adaptif, dan berorientasi pada konteks sosial. Dengan demikian, perbedaan orientasi dakwah MCI dan PITI juga dapat dipahami melalui Teori Identitas Sosial, di mana MCI membentuk identitas keislaman melalui integrasi ke dalam kelompok Muslim secara luas, sedangkan PITI membangun identitas keislaman yang lebih

spesifik dengan menekankan kesinambungan identitas etnis sebagai bagian dari konstruksi *ingroup* baru.

Tantangan dan Implikasi Dakwah Multietnis di Indonesia

Dakwah multietnis di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari kompleksitas sosial yang diwarnai keragaman budaya, bahasa, dan identitas etnis (Ridho, 2024). Lebih dari 1.300 kelompok etnis hidup berdampingan dengan tradisi dan cara pandang yang berbeda-beda terhadap agama (Nawawi, 1970). Dalam konteks ini, dakwah menghadapi tantangan untuk tetap menyampaikan pesan Islam yang murni tanpa mengabaikan nilai-nilai lokal yang menjadi identitas masyarakat. Kegagalan memahami tradisi setempat dapat menimbulkan resistensi, sementara keberhasilan mengintegrasikan Islam dengan budaya lokal justru akan memperkuat legitimasi dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa sensitivitas kultural menjadi aspek penting dalam proses manajemen dakwah multietnis. Selain tantangan kultural, perbedaan bahasa juga menjadi faktor signifikan. Banyak etnis di Indonesia yang masih menggunakan bahasa daerah dalam komunikasi sehari-hari, sehingga dakwah yang hanya mengandalkan bahasa nasional berpotensi tidak efektif (Kasenda, 2024). Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi antarbudaya yang menekankan pentingnya pemilihan simbol, bahasa, dan medium yang sesuai dengan audiens. Dai yang mampu menggunakan bahasa daerah atau minimal memahami nuansa komunikasi lokal akan lebih mudah diterima, terutama dalam membina muallaf yang sedang bertransisi dari identitas lama ke identitas keislaman yang baru (Mukti, 2024).

Tantangan lain muncul dari faktor sosial berupa stigma dan diskriminasi. Muallaf dari kalangan etnis minoritas, seperti Tionghoa atau Dayak, sering mengalami tekanan ganda di satu sisi mereka menghadapi penolakan dari komunitas asalnya, sementara di sisi lain mereka belum sepenuhnya diterima oleh komunitas Muslim (Bakti 2022). Situasi ini berimplikasi pada rapuhnya identitas keislaman yang baru terbentuk, sehingga lembaga dakwah seperti Muallaf Center Indonesia (MCI) maupun Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) harus berperan ganda sebagai pusat pembinaan sekaligus rumah perlindungan sosial. Di sinilah dakwah multietnis menuntut model pendampingan yang tidak sekadar bersifat spiritual, tetapi juga menyentuh aspek sosial-psikologis.

Tantangan dakwah multietnis juga diperkuat oleh polarisasi internal umat Islam (Nendissa et al., 2025). Perbedaan mazhab, orientasi ideologi, hingga metode dakwah

seringkali menambah lapisan kerumitan dalam konteks masyarakat yang sudah beragam secara etnis. Polarisasi ini bisa menimbulkan kebingungan bagi muallaf yang masih dalam tahap pencarian identitas keislaman. Oleh karena itu, dakwah multietnis dituntut untuk tampil dengan wajah Islam yang inklusif, moderat, dan menekankan nilai persaudaraan di atas perbedaan. Model dakwah seperti ini sejalan dengan prinsip Islam rahmatan lil 'alamin yang menempatkan kedamaian dan toleransi sebagai orientasi utama. Meskipun menghadapi tantangan besar, dakwah multietnis juga membawa implikasi positif yang signifikan. Pertama, ia menegaskan peran Islam sebagai agama yang rahmatan lil 'alamin dengan mengedepankan inklusivitas dan penghargaan terhadap keberagaman. Kedua, dakwah multietnis memperkaya metode penyampaian ajaran Islam, karena memanfaatkan seni, budaya lokal, hingga media digital dalam menjangkau audiens yang berbeda-beda. Ketiga, keberadaan lembaga dakwah seperti MCI dan PITI membuktikan bahwa institusi berbasis komunitas dapat menjadi model pembinaan yang efektif bagi muallaf dari latar belakang etnis yang berbeda. Dengan demikian, dakwah bukan hanya menjadi sarana transformasi spiritual, tetapi juga alat integrasi sosial.

Dakwah multietnis memiliki implikasi pada penguatan kohesi nasional (Murtopo, 2024). Integrasi antara identitas etnis dan identitas keislaman melahirkan bentuk-bentuk Islam kultural yang khas, seperti Islam Jawa, Islam Bugis, atau Islam Tionghoa (Hati 2018). Diversitas ini justru memperkaya mozaik Islam Indonesia tanpa mengurangi substansi ajaran yang universal. Dalam perspektif keilmuan, kondisi ini menegaskan bahwa dakwah tidak bisa dipahami secara sempit sebagai proses penyampaian pesan agama, melainkan sebagai strategi komunikasi lintas budaya yang berkontribusi pada persatuan bangsa. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah multietnis akan berimplikasi langsung pada stabilitas sosial, penguatan ukhuwah Islamiyah, dan konsolidasi identitas keindonesiaan. Dengan demikian, tantangan dan implikasi dakwah multietnis berjalan beriringan. Semakin kompleks tantangan yang dihadapi, semakin besar pula peluang dakwah untuk menghadirkan inovasi strategi, model pembinaan, serta kontribusi bagi harmoni sosial (Muhsinah, 2024). Kehadiran MCI dan PITI menjadi contoh nyata bahwa dakwah dapat menjawab dinamika masyarakat multikultural dengan pendekatan yang kontekstual, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan.

SIMPULAN

Dalam konteks masyarakat multikultural seperti Indonesia, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah multietnis memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas keislaman mualaf sekaligus menjaga harmoni sosial. Analisis terhadap MCI dan PITI membuktikan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh penyampaian pesan agama, tetapi oleh kemampuan organisasi mengelola keragaman identitas melalui strategi manajemen dakwah yang adaptif, inklusif, dan kontekstual. Melalui perspektif Manajemen Dakwah Munir, MCI menerapkan model pengelolaan dakwah yang modern dan terstruktur dengan fokus pada pembinaan spiritual, dukungan psikososial, dan pemberdayaan ekonomi. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa inklusivitas menjadi fondasi utama MCI dalam merangkul mualaf lintas etnis dan menyediakan ruang pembelajaran keislaman yang aman dan terbuka. Sementara itu, PITI mengembangkan strategi dakwah yang berakar pada akulturasi budaya Tionghoa, sehingga proses internalisasi Islam berjalan selaras dengan identitas etnis yang tetap dipertahankan. Integrasi budaya yang dilakukan PITI menunjukkan bagaimana dakwah dapat menjembatani dua identitas tanpa menimbulkan keterasingan.

Dalam kerangka Teori Identitas Sosial Tajfel & Turner, kedua organisasi ini memainkan peran signifikan dalam menyediakan *ingroup* yang menerima dan suportif, yang terbukti menjadi faktor penting dalam penguatan identitas keislaman mualaf. MCI memberikan *ingroup* universal berbasis nilai Islam yang inklusif, sedangkan PITI menawarkan *ingroup* kultural yang memberikan rasa aman bagi mualaf Tionghoa untuk mempertahankan identitas etnisnya. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa dakwah multietnis di Indonesia harus dipahami sebagai proses manajerial sekaligus kultural yang mengelola dinamika identitas mualaf. Perbandingan antara MCI dan PITI memperlihatkan bahwa dakwah multietnis mampu menjadi perekat sosial yang merawat keragaman, memperkuat integrasi, serta menghadirkan model dakwah yang lebih manusiawi, adaptif, dan relevan bagi masyarakat plural.

REFERENSI

Abdi Syahril Harahap. (2015). *Pelaksanaan Dakwah Persatuan Islam Tionghoa Indonesia*

- (Piti) di Medan Sumatera Utara: Kajian Tentang Masalah Dan Cabaran. University of Malaya (Malaysia).
- Asvi Warman, et al. (2019). *Tionghoa dan Ke-Indonesia-an: Komunitas Tionghoa di Semarang dan Medan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Alamsyah, P. (2025). *Pendidikan agama Islam dan konversi keagamaan (religious conversion) studi peralihan ke Islam di kalangan suku anak dalam Jambi*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- ANGGIA, S. (2023). *PERAN MUALAF CENTER INDONESIA (MCI) DALAM MEMBENTUK PERILAKU SOSIAL KEAGAMAAN (Studi Pada Mualaf Center Indonesia Cabang Tanggamus Lampung*. Diss. UIN Raden Intan Lampung.
- Ardiansyah, A. (2021). *Hijrah, Negara dan Pembentukan Identitas Muslim*.
- Astuti, H. J. P. (2018). Islam Nusantara: Sebuah Argumentasi Beragama Dalam Bingkai Kultural. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.18326/inject.v2i1.27-52>
- DataIndonesia. (2024). *(Laporan) Kumpulan Data Demografi Penduduk Indonesia Semester I/2024*.
- Eka, A., & Yudha, P. (2016). MUALAF CENTER DESIGN AS AN IMPLEMENTATION OF PSYCHOLOGICAL. *Journal of Islamic Architecture*, 4(June), 37–43.
- Fadhilatunnisa, Iredho Fani Reza, and Z. Z. (2022). Religious Conversion to Converts at the Indonesian Chinese Islamic Association Palembang, Indonesia. *TAZKIYA Journal of Psychology*, 10(1), 64–73.
- Fansuri, H. (2024). Transforming Faith Mualaf and Hijrah in Post-Suharto Indonesia. *Entangled Religions*, 15(2). <https://doi.org/10.46586/er.15.2024.11748>
- Farhan, & Faisal Bakti, A. (2022). Spiritualitas Pendakwah Mualaf Tionghoa Perspektif Multi Identitas dan Moderasi Beragama. *6th EAIC: Esoterik Annual International Conference*, 1(1), 65–76.
- Fitriati, B., & Soleh, A. K. (2023). Dampak sosial dan psikologis pada individu yang mengalami konversi agama di Indonesia: Tinjauan teoritis. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) EISSN*, 1(2), 179–185. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Hafidzatul Muslimah. (2022). *Dampak pembinaan mualaf terhadap ibadah di Mualaf Center Indonesia (Mci) Kota Palangka Raya*. Diss. IAIN Palangka Raya, 2022.
- Hasanah, E. P. (2021). Sepak Terjang PITI Jawa Timur di Tengah Pusaran Hubungan Bilateral Indonesia-Tiongkok. *SIYAR Journal*, 1(2), 3–26. <https://doi.org/10.15642/siyar.2021.1.2.3-26>
- Hati, P. C. (2018a). *Integrasi sosial Etnis Muslim Tionghoa dan Muslim Jawa." Analisis Dakwah Lintas Budaya Masyarakat Pecinan Semarang*. Tesis UIN Walisongo Semarang.
- Hati, P. C. (2018b). *Integrasi sosial Etnis Muslim Tionghoa dan Muslim Jawa." Analisis Dakwah Lintas Budaya Masyarakat Pecinan Semarang*. (Tesis UIN Walisongo Semarang).
- Hidayat, M. F. (2023). *Strategi Bimbingan Agama Dalam Penyesuaian Kehidupan Beragama Mualaf di Pesantren Mualaf Indonesia Dompot Dhuafa Tangerang Selatan*. BS thesis. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Imam, I. T. A., & Yahya Ayas. (2025). Metode Da'Wah Yayasan Mualaf Center Aya Sofya Dalam Membina Mualaf. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 8(1), 39–55. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v8i1.314>
- Irhamdi, M. (2019). Keberagaman Mad'U Sebagai Objek Kajian Manajemen Dakwah: Analisa

- Dalam Menentukan Metode, Strategi, Dan Efek Dakwah. *Jurnal MD*, 5(1), 55–71. <https://doi.org/10.14421/jmd.2019.51-04>
- Kahfi, A. (2025). *Tokoh Pemikiran Manajemen Dakwah*. Madani Kreatif.
- Kahfi, A., Dzulhasnan, A. H., Mohamoud, M. E., & Qonitah, M. (2025). The Role of the Syarhil Qur'an Branch in the Implementation of Dai Cadre Development. *Syiar: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.54150/syiar.v5i1.621>
- Kahfi, S., & Zuliana, V. (2022). Manajemen Dakwah Di Dalam Era Society 5.0. *ASWALALITA (Journal Of Dakwah Manajemant)*, 1(3), 20–40.
- Karim, S. (2021). Islam Tionghoa di Tengah Politik Multikulturalisme di Kota Makassar. *JRP (Jurnal Review Politik)*, 11(1), 69–104. <https://doi.org/10.15642/jrp.2021.11.1.69-104>
- Kasenda, D. (2024). Strategi Mewujudkan Persatuan di Tengah Keberagaman Bahasa antar Suku-suku di Papua: Tinjauan Sociolinguistik dan Politik Bahasa. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(1), 376–388. <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i1.1205>
- Kurdi, M. S. (2023). Urgensitas pendidikan Islam bagi identitas budaya (analisis kritis posisi efektif pendidikan sebagai pilar evolusi nilai, norma, dan kesadaran beragama bagi generasi muda Muslim). *Indonesian Journal of Religion Center*, 1(3), 169-189.
- Lubis, M. Alif Erhanda, and Z. A. (2024). Challenges and Solutions in Religious Guidance for Converts (muallaf) in Tanjung Beringin, Tanah Karo. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 5(2), 297–310.
- Lubis, R. W. (2025). Strategi Muallaf Center Indonesia Peduli (MCIP) Dalam Membentuk Sosial Keagamaan Muslim Baru Di Kota Medan. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 8(1), 1–14. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/almada/article/view/6231>
- Maimun, A. (2023). Hidayah in the Process of Conversion to Islam in the Perspective of Muallaf. *IJIP: Indonesian Journal of Islamic Psychology*, 5(1), 35–55.
- Miles, Matthew Bryan, A. Michael Huberman, and J. S. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. CA: SAGE Publications.
- Muhaimin, R. A., Harahap, I., & Siregar, H. S. (2024). Peran Recovery Kemualafan Yayasan Muallaf Center Indonesia Kota Pematang Siantar. *Kamaya: Jurnal Ilmu Agama*, 7(3), 46–59.
- Muhammad Munir. (2021). *Manajemen dakwah*. Prenada Media.
- Muhsinah. (2024). Analisis Peran Dakwah Sebagai Alat Transformasi Sosial: Tantangan Dan Strategi Komunikasi Dalam Konteks Masyarakat Modern. *Ittishal: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 160–175. <https://ittishal.org/index.php/jkm/article/view/34/15>
- Mukti, Y. A. (2024). *Solusi Dakwah Masyarakat Society 5.0: Kolaborasi Digital dan Tradisional dalam Menyebarkan Islam*. Eprints Walisongo.
- Mulyono, Ninin Kholida, Zaenal Abidin, and E. K. D. (2022). Proses pencarian identitas diri pada remaja Muallaf. In *Diss. Universitas Diponegoro*.
- Murtopo, B. A. (2024). *Dinamika Moderasi Beragama Di Tengah Keragaman Masyarakat Multikultural*. Pustaka Ilmu Group.
- Nawawi, N. (1970). Dakwah Dalam Masyarakat Multikultural. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 43–49. <https://doi.org/10.24090/komunika.v6i1.347>
- Nendissa, J. E., Simamora, R. H., Rotua, D. M., Baringbing, P. G. W., & Farneyanan, S. (2025). Pluralisme Agama-Agama: Tantangan, Peluang, dan Perspektif Teologis Dalam Membangun Kerukunan Umat Beragama di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Agama Dan Teologi Indonesia*, 2(2), 155–184. <https://doi.org/10.24246/sami.vol2i2pp155-184>

- Novta, A., Linaci, S., Octia, A., & Fathurrohman, A. (2024). The Analysis of the Urgency of Multicultural Education in the Families of Converts and Its Relevance to Islamic Values. *TOFEDU: The Future of Education Journal*, 3(5), 1432–1440.
- Nur Annisa Tri Handayani, S. (2024). Gerakan Dakwah Muallaf Centre Indonesia di Kota Padang. *GLOBAL COMMUNICO Jurnal Mahasiswa Komunikasi Dan Dakwah*, 1(2), 95–111.
- Pebriyanto, E., & Siswanto, A. H. (2025). Revitalisasi Nilai Lokal Dalam Merespons Globalisasi. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(2), 756–761.
- Pratama, H. (2025). Strategi Dakwah Muallaf Center Indonesia Peduli (MCIP) Medan dalam Penguatan Akidah dan Identitas Keislaman Muallaf ^{ن. و}. *JDK: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 231–248.
- Rahmawati, Ida, and D. R. D. (2020). Pengalaman menjadi Muallaf: Sebuah interpretative phenomenological analysis. *Jurnal Empati*, 7(1), 92-105.
- Ramadhan, A. S. (2024). *Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) Sumatera Selatan dalam Mengajak Muallaf untuk Memperdalam Pengetahuan Agama Islam*. BS thesis. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ridho, A. (2024). *Dakwah dan Literasi Keagamaan Lintas Budaya: Peluang dan Tantangan di Kancah Lokal sampai Global*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Rijal, S. (2024). *Defending Traditional Islam in Indonesia: The Resurgence of Hadhrami Preachers*. Routledge.
- Rusli, A. bin. (2020). Muallaf's Dilemma in Minahasa: A Case Study of Faith and Political Choice. *Dialog*, 43(1), 23–32. <https://doi.org/10.47655/dialog.v43i1.359>
- Saloom, Gazi, and Z. I. W. (2020). *The Qualitative Study on Religious Conversion and Subjective Well-Being among Muallaf*.
- Syarifah, M. (2016). Budaya dan Kearifan Dakwah. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1), 23–38. <https://doi.org/10.22515/balagh.v1i1.43>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*. Nelson-Hall Publisher.
- Umin, I. (2019). *Bimbingan Islami Bagi Muallaf di Muallaf Center Indonesia (MCI) Cabang Lampung*. Diss. UIN Raden Intan Lampung.
- Ummah, W., Nuryani, N., & Zainuddin, F. (2024). Pengembangan Bahan Ajar Pembinaan Keagamaan Muallaf Center Kota Palopo. *Jurnal Riset Dan Inovasi Pembelajaran*, 4(2), 1644–1655. <https://doi.org/10.51574/jrip.v4i2.1547>
- Zakiah, E., Solichah, N., Shofiah, N., & Fattah, A. (2023). The Perception of Muslim Converts on Religious Moderation and the Importance of Tolerance: A Study at the Muallaf Center Malang , Indonesia. *PROGRESIVA: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam*, 12(2), 179–192. <https://doi.org/10.22219/progresiva.v12i02.29199>