

Persepsi Komunikasi Konsumen Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Antang Raya. Pada Kebijakan Pengguna Aplikasi My Pertamina Di Kota Makassar

Andhika Indra Diraja

Andhikaid90@gmail.com

Universitas Muslim Indonesia

Hadawiah

Hadawiah.hadawiah@umi.ac.id

Universitas Muslim Indonesia

Muhammad Idris

Muhammad.idris@umi.ac.id

Universitas Muslim Indonesia

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah (1) Bagaimana pandangan Konsumen Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Pada kebijakan pengisian bahan bakar menggunakan aplikasi *My Pertamina* Di Kelurahan Manggala, Kecamatan antang. Kota makassar (2) Bagaimana pengalaman Konsumen Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) terkait layanan pengisian bahan bakar menggunakan aplikasi *my pertamina* Di Kelurahan Manggala, Kecamatan antang. Kota makassar. Penelitian ini dilakukan dengan waktu satu bulan. Metodologi pada penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi. Wawancara dan dokumentasi. Sumber data pada penelitian ini yaitu konsumen SPBU antang raya yang berjumlah lima orang. Adapun teknik analisis data yaitu dengan mereduksi data yang telah diperoleh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandangan konsumen SPBU pada kebijakan pengisian bahan bakar menggunakan aplikasi *my pertamina* kurang diminati oleh masyarakat dikarenakan adanya ketidaksesuaian antara regulasi dan pendapat masyarakat yang menilai bahwa penggunaan aplikasi *my pertamina* sebagai alat untuk melakukan pendataan pembelian bahan bakar subsidi dan sebagai alat pembayaran non tunai kurang tepat. Hal ini dikarenakan adanya beberapa faktor yang menjadi penghambat sehingga masyarakat kurang menyukai bahkan tidak menggunakan aplikasi tersebut, Adapun pengalaman konsumen Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) terkait layanan pengisian bahan bakar menggunakan aplikasi *my pertamina* dinilai kurang memuaskan sehingga masyarakat enggan atau tidak menyukai pengisian bahan bakar dengan menggunakan aplikasi *my pertamina* dan cenderung lebih menyukai melakukan pengisian bahan bakar dengan cara lama serta melakukan transaksi dengan menggunakan uang tunai (*Cash*) daripada menggunakan uang digital.

Kata Kunci : *Bahan Bakar Subsidi. Persepsi komunikasi. My pertamina*

Abstract : *The objectives of this study are (1) How are the views of Consumers of Public Fuel Filling Stations (SPBU) on the refueling policy using the My Pertamina application in Manggala Village, Antang District. Makassar City (2) How is the experience of consumers of public fuel filling stations (SPBU) related to refueling services using the My Pertamina application in Manggala Village, Antang District. Makassar city. This research was conducted over a period of one month. The methodology in this research is descriptive qualitative with a phenomenological approach. Data collection techniques using observation. Interview and documentation. The data sources in this study are consumers of Antang Raya gas stations, totaling five people. The data analysis technique is by reducing the data that has been obtained.*

The results showed that the views of gas station consumers on refueling policies using the my pertamina application were less attractive to the public due to a mismatch between regulations and the opinions of people who considered that the use of the my pertamina application as a tool for collecting data on

subsidized fuel purchases and as a non-cash payment tool was less appropriate. This is because there are several factors that become obstacles so that people dislike and even do not use the application, the experience of consumers of Public Fuel Filling Stations (SPBU) related to refueling services using the my pertamina application is considered unsatisfactory so that people are reluctant or do not like refueling using the my pertamina application and tend to prefer refueling the old way and make transactions using cash (Cash) rather than using digital money.

Keywords : *Subsidized Fuel. Perception of communication. My pertamina*

PENDAHULUAN

Transaksi secara non tunai adalah suatu kegiatan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Transaksi secara non tunai telah berkembang dan semakin banyak dipakai oleh masyarakat. Transaksi non tunai sudah ada saat transaksi ritel pada tahun 1990-an. Sejalan dengan kebutuhan dari masyarakat dan juga kemajuan jaman pada bidang fintech yang sudah maju, saat ini pembayaran secara tunai sudah dirasakan tidak aman serta tidak efektif dan efisien. Adanya perkembangan *e-commerce* menghadirkan suatu inovasi pembayaran Elektronik. Masyarakat dapat menggunakan *e-payment* sebagai transaksi dalam kegiatan bisnis, perbankan dan pelayanan publik dengan menggunakan teknologi yang modern atau Fintech. Pada jaman sekarang ini penggunaan BBM tentunya sebagai suatu keperluan bagi masyarakat untuk keperluan sehari-hari sebagai bahan bakar untuk transportasi. PT Pertamina adalah Perusahaan yang membuat serta menyuplai bahan bakar bagi keperluan penduduk di Indonesia, PT Pertamina telah memajukan inovasi terbaru dari segi keuangan khususnya cara pembayaran untuk memastikan konsumen mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi dalam pembelian produk-produk Pertamina. Guna untuk menjalankan program transaksi non tunai atau *cashless* yang kini sedang dijalankan pemerintah, Pertamina mengajak masyarakat untuk menggunakan *E-payment* dari aplikasi *My Pertamina* yang bekerja sama dengan LinkAja. *My pertamina* merupakan aplikasi keuangan digital yang diciptakan oleh pertamina dan terintegrasi dengan perusahaan keuangan digital yaitu PT. Fintek karya nusantara. Dengan tujuan menerapkan transaksi non-tunai dan sebagai terobosan digitalisasi dalam pendataan distribusi bahan bakar subsidi, *My Pertamina* juga digunakan untuk penjualan bahan bakar minyak atau BBM bersubsidi jenis Peralite dan solar yang diberlakukan sejak 1 Juli 2022 oleh PT. Pertamina Niaga Walaupun SPBU yang dapat melayani transaksi melalui *My Pertamina* sudah banyak tersebar diberbagai Kota dan Kabupaten, namun *My Pertamina* belum begitu populer dikalangan masyarakat. Hal ini didukung oleh pernyataan dari *Senior VP Fuel and Distribution* PT Pertamina (Persero) Affandi yang mengatakan “ dalam pembelian BBM masih di dominasi oleh transaksi tunai dengan presentase 97% dan transaksi secara non tunai atau elektronik dengan menggunakan aplikasi *My Pertamina* hanya sebesar 3%”. Dalam menyampaikan kebijakannya. Pertamina menggunakan dua jenis komunikasi publik yaitu persuasif dan informatif. Agar kebijakan yang disampaikan kepada publik dapat dipahami dengan baik serta untuk meyakinkan publik bahwa kebijakan tersebut sangat berguna baik dalam segi pembayaran pada saat transaksi maupun dalam pengeolaan bahan bakar subsidi yang rawan disalahgunakan oknum tertentu, Implementasi kebijakan melalui komunikasi publik yang dilakukan oleh implementer kepada publik sebagai upaya untuk mewujudkan tujuan dari kebijakan yang akan diimplementasikan. Dengan adanya komunikasi yang bersifat informatif dan persuasif maka *output policy* dapat diterima dengan baik serta dimanfaatkan sasaran sehingga dalam jangka panjang hasil kebijakan akan mampu diwujudkan. Namun kebijakan tersebut menuai pro dan kontra dikalangan masyarakat sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda di beberapa elemen masyarakat. Sebagian besar masyarakat menilai bahwa kebijakan ini sulit diterapkan karena teknis

operasional yang sangat rumit dan tidak mempertimbangkan gangguan teknis yang akan terjadi di masyarakat seperti. Kurangnya sosialisasi untuk memahamkan masyarakat mengenai penggunaan aplikasi *My pertamina* ini. Tidak pahamnya beberapa golongan masyarakat dalam menggunakan teknologi berbasis digital seperti *android* dan beberapa kendala teknis lain yang terjadi dilapangan.

METODE

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan ialah dekriptif kualitatif (*Indept Analys*) yang bertujuan untuk mencari informasi secara mendalam dengan menggunakan pendekatan fenomenologis yang berasumsi bahwa setiap orang menginterpretasikan pengalaman-pengalaman secara langsung bertujuan untuk menjelaskan bagaimana objek dan pengalaman menciptakan makna dan dikomunikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan tujuan untuk membicarakan tentang nilai kebenaran suatu fenomena, melainkan memahami dan menggambarkan tindakan sosial yang bermakna serta memahami tindakan aktor sosial yang terlibat didalamnya.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan selama satu bulan yaitu pada bulan februari 2023 - maret 2023, yang berlokasi di SPBU Antang Raya, Kelurahan Mangala, Kecamatan Antang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan menggunakan metode pengamatan (observasi) dan wawancara narasumber.

2. Data Sekunder

Sumber data penelitian yang diperoleh melalui perantara media atau secara tidak langsung berupa buku. Catatan. Jurnal. Artikel dan bukti yang telah ada.

Target/Subjek Penelitian

Subyek penelitian dalam wawancara adalah konsumen SPBU Antang raya yang dipilih secara acak berdasarkan kriteria (*Purposive Sampling*).

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan untuk penelitian ini dengan menggabungkan tiga metode pengumpulan data kualitatif, yaitu metode wawancara, metode observasi, dan metode dokumentasi:

1. Observasi

observasi itu peneliti turun langsung kelapangan untuk melihat dan mengamati perilaku subjek yang akan diteliti yang berguna untuk mencari data dan mencapai tujuan tertentu.

2. Wawancara

Digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang terus diteliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan wawancara mendalam secara langsung dengan informan untuk memahami pandangan subyek penelitian mengenai hidupnya, pengalamannya, ataupun situasi sosial sebagaimana diungkapkan dalam bahasanya sendiri.

3. Dokumentasi

Digunakan untuk mendapatkan suatu data berupa gambar. Gambar yang dihasilkan sebagai alat bantu dalam melakukan wawancara. Data dokumentasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa gambar/video singkat mengenai keputusan pemerintah untuk menggunakan aplikasi *my pertamina* sebagai prasyarat untuk melakukan pengisian bahan bakar di stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU).

Teknik Analisis Data

Analisis data suatu cara untuk mengolah data setelah diperoleh hasil penelitian, sehingga dapat diambil kesimpulan berdasarkan data yang faktual. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini :

1. Pengumpulan data

Data yang diperoleh berdasarkan observasi. Wawancara dan dokumentasi dengan narasumber yang kemudian dikumpulkan dalam satu catatan lapangan.

2. Reduksi data

Reduksi data bertujuan untuk memilah data berdasarkan tingkat relevansi yang sesuai dengan topik penelitian. Dengan adanya reduksi data maka data yang diperoleh dilapangan dapat disederhanakan dan disusun secara sistematis serta memfokuskan data ke rumusan masalah peneliti.

3. Penyajian data

Penyajian data berbentuk deskriptif analisis yaitu penyajian data berbentuk kata-kata. Gambar. Grafik dan tabel. Tujuan penyajian data adalah untuk menggabungkan informasi yang telah diperoleh dan telah melewati proses reduksi data sehingga penguasaan informasi baik secara keseluruhan maupun bagian tertentu dari data yang dipeoleh dilapangan.

4. Penarikan kesimpulan

Setelah data dikumpulkan dan cukup memadai maka tahap selanjutnya dibuatlah kesimpulan yang bersifat sementara dan setelah data benar-benar telah lengkap maka dibuatlah kesimpulan akhir dengan berdasarkan pada seluruh data yang diperoleh selama tahap penelitian melalui metode observasi. Wawancara dan dokumentasi kemudian data diklarifikasikan dan diverifikasi selama waktu penelitian. Dengan disatukannya data kedalam unit-unit informasi yang menjadi rumusan kategori yang berpegang pada prinsip holistik maka informasi dapat ditafsirkan tanpa menambah informasi tambahan. Kemudian data yang menjadi informasi akan disatukan dalam satu kategori sehingga menimbulkan potensi timbulnya potensi kategori baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pandangan konsumen SPBU pada kebijakan bahan bakar menggunakan aplikasi *my pertamina* kecamatan antang, kota makassar

Dalam kehidupan sosial setiap individu memiliki beragam pandangan dalam memandang sesuatu. Hal ini dikarenakan setiap individu memiliki taraf pengetahuan dan ilmu yang berbeda sehingga menciptakan beragam pandangan yang tidak sama dalam kelas masyarakat. Persepsi adalah cara seseorang memandang atau mengartikan sesuatu menggunakan petunjuk-petunjuk inderawi atau pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan gambaran terstruktur dan bermakna pada situasi tertentu.

Penilaian seseorang terhadap objek atau peristiwa tertentu diawali dengan rangsangan-rangsangan fenomena. Saat ini fenomena dalam lingkungan masyarakat sosial terjadi yang melibatkan objek penting dalam masyarakat. Secara tidak langsung individu mulai membentuk pandangan yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan setiap orang memiliki gambaran atau kesan yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya sehingga pandangan masyarakat memiliki peran yang sangat penting yang salah satunya berfungsi untuk menentukan citra suatu objek

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Menunjukkan pandangan konsumen bertransaksi menggunakan aplikasi my pertamina sebagai alat pencatatan distribusi bahan bakar subsidi dan sebagai alat pembayaran non-tunai dinilai kurang digemari. Hal ini dikarenakan adanya faktor yang membuat konsumen tidak berminat untuk menggunakan layanan ini adapun beberapa faktor yang ditemukan yaitu (1) kualitas aplikasi sebagai platform memiliki banyak kendala (2) Keamanan konsumen saat melakukan transaksi menggunakan perangkat elektronik di lingkungan SPBU (3) Sistem pembayaran yang rumit (4) Kurangnya sosialisasi di lingkungan masyarakat (5) Tidak semua masyarakat menggunakan perangkat elektronik.

2. Pengalaman konsumen SPBU terkait layanan pengisian bahan bakar menggunakan aplikasi my pertamina di kecamatan antang. Kota makassar.

Pengalaman konsumen (*Costumer Experience*) merupakan sebuah respon internal dan subjektif yang dimiliki setiap konsumen terhadap kontak langsung maupun tidak langsung dengan sebuah perusahaan. Kontak langsung dijelaskan pada umumnya terjadi saat pembelian. Penggunaan dan pelayanan. Sementara kontak tidak langsung terjadi pada saat pertemuan yang tidak direncanakan dengan representasi produk. Layanan atau *brand* dari suatu perusahaan. Pengalaman konsumen sangat penting untuk diketahui guna mengukur tingkat kepuasan konsumen pada produk tertentu.

Pada dasarnya kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan kecewa yang timbul akibat membandingkan kinerja suatu produk yang dinilai sesuai dengan yang diharapkan. Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen terhadap apa yang diterimanya apabila dia membeli sesuatu produk baik barang atau jasa sedangkan kinerja hasil yang dirasakan merupakan persepsi konsumen terhadap jasa apa yang diterima setelah menggunakan produk yang dibeli.

Berdasarkan hasil penelitian. Diketahui bahwa pengalaman konsumen terkait layanan pengisian BBM subsidi menggunakan aplikasi My pertamina dirasa kurang memuaskan sehingga konsumen merasa kecewa. Hal ini diperoleh berdasarkan perbandingan menggunakan transaksi offline dinilai jauh lebih efektif ketimbang menggunakan aplikasi dalam transaksi pengisian, menurut informan. Mereka cenderung lebih menyukai transaksi *offline* karena dinilai lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sederhana. Nyaman dan efektif dalam pelayanan.

Hal ini justru bertentangan dengan program inovasi PT. Pertamina patra niaga yang melakukan terobosan digitalisasi dalam bentuk pelayanan BBM subsidi menggunakan aplikasi my pertamina namun menurut konsumen hal ini perlu ditinjau ulang dari semua aspek sebelum diimplementasikan dalam ruang lingkup masyarakat saat ini.

Adapun aspek yang perlu ditinjau ulang yaitu peninjauan ulang regulasi. Perbaikan aplikasi yang sering mengalami error. mempermudah sistem pembayaran atau memperluas jaringan integrasi dengan beberapa penyedia layanan uang elektronik. meninjau ulang dari sisi aspek keamanan konsumen yang dimana penggunaan alat elektronik dilarang digunakan dalam area SPBU terutama jika digunakan dekat mesin pompa BBM dan perlu adanya sosialisasi yang merata di lingkungan masyarakat khususnya lapisan masyarakat menengah kebawah yang umumnya tidak menggunakan *smartphone* atau kurang memahami cara penggunaannya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi komunikasi konsumen SPBU antang raya pada kebijakan pengguna aplikasi my pertamina di kota makassar yaitu:

1. Kepada PT.Pertamina Patra Niaga untuk melakukan pengembangan dan pembenahan di beberapa kekurangan yang menjadi keluhan masyarakat mengenai transaksi

menggunakan aplikasi *my pertamina* sebagai alat pembayaran non tunai dan sebagai alat pendataan bahan bakar subsidi khususnya di wilayah di Kelurahan Manggala, Kecamatan antang, Kota makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27, 02(1), 59.
- Aldila Safitri, A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Amalia, L. R. (2018). Penyelesaian Hukum Pembatalan Keberangkatan Jamaah Umroh Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dewi, S. A. E. (2021). Komunikasi Publik Terkait Vaksinasi Covid 19. *Health Care : Jurnal Kesehatan*, 10(1), 162–167. <https://doi.org/10.36763/healthcare.v10i1.119>
- Hidayat, F. P., & Lubis, F. H. (2021). Literasi Media Dalam Menangkal Radikalisme Pada Siswa. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 31–41. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5564>
- Hikmawati, N. K. (2022). Analisis Kualitas Layanan My Pertamina Menggunakan Pendekatan e-GovQual pada Beberapa Kota Percobaan MyPertamina Service Quality Analysis Using E-GovQual Approach in Several Trial Cities. *Jurnal Manajemen Informatika*, 12(1), 100–111.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2005). *Terpusat Salah Satunya Dikarenakan Oleh Persepsi, Karena Pikiran* 7. 2, 7–43.
- JURNAL, B. (2018). Psikologi Persepsi. *International Journal of Physiology*, 6(1), 2018.
- Kuswarno, E. (2006). Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif: Sebuah Pengalaman Akademis. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, [Http://Journal.Unpad.Ac.Id/Sosiohumaniora/Article/View/5384/2746](http://journal.unpad.ac.id/Sosiohumaniora/Article/View/5384/2746), 07(1), 47–58. <http://journal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/5384/2746>
- Mefita, S., & Yulianto, M. (2019). (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin). *Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 1(4), 396–413.
- Minahasa, K. (2015). e- journal “Ahhcta Diurna” Volume IV. No.4. Tahun 2015. *POLA KOMUNIKASI SUAMI ISTRI DALAM MENJAGA KEHARMONISAN KELUARGA DI DESA TONDEGESAN II KECAMATAN KAWANGKOAN KABUPATEN MINAHASA, IV(4)*.
- Muhammad Ibrahim, R., & Novandriani Karina Moeliono, N. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Terhadap Persepsi Konsumen Pada MyPertamina (Studi Pada Penggunaan MyPertamina Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited SINTA*, 4(2), 396–413. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Program, M., Komunikasi, I., Sosial, F. I., Politik, I., & Mulawarman, U. (2014). eJournal. *Journal of the American Society of Cytopathology*, 3(3), XII. [https://doi.org/10.1016/s2213-2945\(14\)00111-2](https://doi.org/10.1016/s2213-2945(14)00111-2)
- Putroe, J., No, P., Aceh, B., & Hermansyah, A. (2018). TINDAK PIDANA PENYALAHGUNAAN PENGANGKUTAN DAN NIAGA BAHAN BAKAR MINYAK (BBM) BERSUBSIDI JENIS MINYAK TANAH DI SIMEULUE PENDAHULUAN Bahan Bakar Minyak adalah salah satu unsur vital yang diperlukan dalam pelayanan kebutuhan masyarakat umum baik di negara-. *Jurnal Pertamina*, 2(2), 408–419.
- Ramadani, T. (2019). Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance*, 15(1), 10–27. <https://doi.org/10.32834/gg.v15i1.42>
- Setyanto, A. E., Anggraini, L. S., & CW, D. T. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Memudarnya Etika Komunikasi Masyarakat Jawa Di Kota Surakarta. *Komunikasi Massa Jurnal*, 8(2), 121–134. http://jurnalkommas.com/docs/Jurnal_Kom_Vo_8_No_2_Juli_2015.pdf#page=5
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. <http://books.google.com/books?id=pAfxNu7FFCYC&pgis=1>

- Soe' oed, D. V., & Maring, P. (2020). Resepsi Khalayak Wanita atas Karakter Ji Sun Woo dalam Drama Korea *The World of the Married*. *Warta ISKI*, 3(02), 85–90. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.58>
- Srisadono, W. (2018). Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 213–227.
- Usman, K. (2013). Gambaran Umum Perusahaan Pt. Pertamina (Persero). *Jurnal PT Pertamina*, 2(12), 35–63.
- Utomo, Y. B., & Sudrajat, R. H. (2015). Komunitas Motor Gede Dalam Persepsi Polisi Di Kota Bandung. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 1028–1038. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3473>
- Yatunupunus, Z. (2016). Komunikasi Intrapersonal Pada Remaja Konversi Agama Di Pesantren Pembinaan Muallaf Yayasan An-Naba'Center Indonesia. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 1, 130.