

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Model Komunikasi

1. Teori S-R

Teori stimulus-respons adalah model komunikasi paling dasar. Teori ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respons.¹



Teori ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi sangat sederhana. Bila seorang lelaki berkedip kepada seorang wanita, dan wanita itu kemudian tersipu malu, atau bila saya tersenyum dan kemudian anda membalas senyum saya, itulah yang dikatakan sebagai pola S – R.

2. Teori Lasswell

Teori komunikasi berupa ungkapan verbal, yakni:

- A. *Who*
- B. *Says What*
- C. *In Which Channel*
- D. *To Whom*
- E. *With What Effect?*

¹Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*(Bandung:Remaja Rosdakarya :2005) Hlm. 143.

Teori ini dikemukakan Harold Lasswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat. Lasswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu pertama pengawasan lingkungan yang mengingatkan anggota-anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan. Kedua korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespons lingkungan. Dan ketiga, transmisi warisan sosial dari satu generasi kegenerasi lainnya.

Lasswell mengakui bahwa tidak semua komunikasi bersifat dua arah, dengan suatu aliran yang lancar dan umpan balik yang terjadi antara pengirim dan penerima.

Teori Lasswell ini menunjukkan bahwa pihak pengirim pesan (komunikator) mempunyai suatu keinginan untuk memperngaruhi pihak penerima (komunikan), dan karenanya komunikasi harus di pandang sebagai upaya persuasif. Teori Lasswell dikritik karena model itu tampaknya mengisyaratkan kehadiran komunikator dan pesan yang bertujuan. Model itu juga dianggap terlalu menyederhanakan masalah. Tetapi seperti setiap model yang baik, model Lasswell memfokuskan perhatian terhadap aspek-aspek penting komunikasi.

Kekurangan dari teori Lasswell ini adalah digambarkannya unsur *feedback* atau umpan balik. Sehingga proses komunikasi yang dijelaskan bersifat linear/searah dan tidak diketahui hasilnya.

B. Defenisi Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia.² Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat kerja, di pasar dalam masyarakat ataupun di mana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Komunikasi adalah suatu tingkah laku, perbuatan atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna.³

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama.⁴

Menurut istilah para pakar komunikasi memberikan defenisi yang bermacam-macam, antara lain :

1. Carl I Hovland, mengatakan ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.⁵
2. Harold Lasswell, mengatakan ilmu komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.
3. Evverett M. Rogers mengatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah mereka.⁶

²Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009), Hlm. 1.

³Turman Sirait, *Komunikasi Yang Efektif Untuk Pemimpin, Pejabat dan Usahawan*, (Jakarta:CV Tulus Jaya. 1982), Hlm. 9.

⁴Onong Ucjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2011), Hlm. 9.

⁵Onong Udjana Effendy. *Ilmu Komunikasi*, Hlm. 10.

⁶Hafied Cangara, *pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2004) Hlm. 19.

Jika dilihat dari persepektif Islam pengertian komunikasi Islam adalah suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi yang terdapat dalam alquran dan hadis.⁷ Di sisi lain, dalam bahasa Arab komunikasi dikenal dengan istilah *Al-ittisal* yang berasal dari kata *Wasola* yang berarti sampaikan, sebagaimana terdapat dalam alquran surah al-Qhasas ayat 51

Artinya : “Dan sesungguhnya telah kami turunkan berturut-turut perkataan ini (Alquran) kepada mereka agar mereka mendapatkan pelajaran.”⁸

C. Bentuk-bentuk Komunikasi

Ada beberapa bentuk komunikasi diantaranya:

1. Komunikasi intrapersonal

a. Pengertian komunikasi intrapersonal

Komunikasi interpribadi atau komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi didalam diri komunikator sendiri antara *self* dengan *god*. Komunikasi intrapersonal merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan. Seorang individu menjadi pengirim sekaligus penerima pesan memberikan umpan balik bagi dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan. Komunikasi intrapersonal dapat menjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya.

Dijelaskan oleh Devito (1997) komunikasi intrapersonal atau komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi dengan diri sendiri dengan tujuan untuk berfikir melakukan penalaran menganalisis dan merenung.

⁷Syukur Kholil, *Komunikasi Islam*, (Bandung : Citapuskata Medis, 2007) Hlm. 2.

⁸Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Penerbit Dipenorogo, 1981) , Hlm. 393.

Pengetahuan mengenai diri pribadi melalui proses-proses psikologis seperti persepsi dan kesadaran terjadi saat berlangsungnya komunikasi intrapribadi oleh komunikator. Untuk memahami apa yang terjadi ketika orang saling berkomunikasi, maka seseorang perlu untuk mengenal diri mereka sendiri dan orang lain. Karena pemahaman ini diperoleh melalui proses persepsi. Maka pada dasarnya letak persepsi adalah pada orang yang mempersepsikan, bukan pada suatu ungkapan ataupun objek.

b. Pemahaman intrapersonal

Aktivitas dari komunikasi intrapribadi yang dapat dilakukan sehari-hari dalam upaya memahami diri sendiri diantaranya adalah: berdo`a, bersyukur, introspeksi diri dengan meninjau perbuatan dan reaksi hati nurani, mendayakan kehendak bebas, dan berimajinasi secara kreatif.

Pemahaman diri pribadi ini berkembang sejalan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam hidup. Manusia tidak terlahir dengan pemahaman akan siapa diri ini, tetapi perilaku yang memainkan peranan penting bagaimana membangun pemahaman diri pribadi.⁹

c. Proses Komunikasi Intrapersepsi

Dari konsep tentang komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri meliputi proses sensasi, asosiasi, persepsi, memori dan berfikir dengan tujuan untuk berfikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenung.

2. Komunikasi interpersonal

a. Pengertian Komunikasi Interpersonal

⁹Nur Annisa [Http://nannisakesehatan.blogspot/2016/03/komunikasi-intrapersonal.html?1](http://nannisakesehatan.blogspot/2016/03/komunikasi-intrapersonal.html?1) Di Akses Pada Tanggal 08 September 2018 Pukul 22:01 Wib

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan suatu proses yang vital dalam organisasi karena komunikasi diperlukan bagi efektivitas kepemimpinan, perencanaan, pengendalian, koordinasi, latihan, manajemen konflik, serta proses-proses organisasi lainnya.

Komunikasi interpersonal komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.¹⁰ Individu juga berkomunikasi pada tingkat interpersonal berbeda tergantung pada siapa mereka terlibat komunikasi.

Secara keseluruhan komunikasi interpersonal dapat dilakukan dengan baik dan tidak langsung media komunikasi langsung seperti tatap muka interaksi. Suksesnya mengasumsikan bahwa baik pengirim pesan dan penerima pesan akan menafsirkan dan memahami pesan-pesan yang dikirim pada tingkat mengerti makna dan implikasi.

Tujuan komunikasi boleh jadi memberikan keterangan tentang sesuatu kepada penerima, mempengaruhi sikap penerima, memberikan dukungan psikologis kepada penerima atau mempengaruhi penerima.

b. Persepsi Interpersonal dan Konsep Diri dalam Keahlian Komunikasi Interpersonal

Konsep diri dan persepsi interpersonal dibutuhkan untuk pencapaian dalam kelancaran komunikasi. Orang yang lancar berkomunikasi berarti orang tersebut mempunyai keahlian dalam berkomunikasi. Persepsi interpersonal besar pengaruhnya bukan saja pada komunikasi interpersonal, tetapi juga pada hubungan interpersonal. Karena itu kecermatan persepsi interpersonal dan akan sangat berguna untuk meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal

¹⁰Deddy Mulyana *Ilmu Komunikasi* (Bandung:Remaja Rosdakarya:2005) Hlm. 73.

kita. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi interpersonal diantaranya adalah pengalaman, motivasi, kepribadian.

Konsep diri adalah sebagai pandangan dan perasaan kita tentang diri. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologi, sosial dan fisis. Konsep diri bisa juga dijadikan alat pengukur kepercayaan diri. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri diantaranya adalah orang lain dan kelompok.¹¹

3. Komunikasi kelompok

a. Pengertian Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Sifat-sifat komunikasi kelompok terbagi menjadi 5 yaitu:¹²

1. Kelompok komunikasi bertatap muka.
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan.
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin.
4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama.
5. Anggota kelompok memiliki pengaruh satu sama lain.

Beberapa contoh komunikasi kelompok antara lain : kuliah, rapat, *briefing*, seminar, *workshop* dan lain-lain.

¹¹Edu Bdrus <http://edubadrus3.blogspot.com/2013/03/malakah-komunikasi-interpersonal.html> Di Akses Pada Tanggal 08 September 2018 Pada Pukul 22:42 Wib

¹²Lia latifah <http://blogspot.com/2004/03/makalah-komunikas-kelompok.html?m=1> Di Akses Pada Tanggal 07 September 2018 Pada Pukul 22:55 Wib

Komunikasi kelompok dibagi menjadi dua, yaitu :

1. komunikasi dalam kelompok besar (large group, massa atau macro group).
2. Komunikasi kelompok kecil.

4. Komunikasi Organisasi

a. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses berinteraksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Pengertian komunikasi organisasi yang lebih sederhana dikekmukakan Arnold dan Feldman bahwa komunikasi organisasi adalah pertukaran informasi antara orang-orang di dalam organisasi, dimana prosesnya secara umum meliputi tahapan-tahapan : perhatian, pemahaman, penerimaan yang benar.

b. Aspek-aspek Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi meliputi aspek-aspek yaitu: Pertama, peristiwa komunikasi, berkaitan dengan seberapa jauh informasi diciptakan, ditampilkan, dan disebarkan keseluruhan bagian dalam organisasi. Dalam konteks komunikasi organisasi mengolah dan memproses informasi tersebut ada lima faktor penting yang harus diperhatikan agar organisasi berjalan efektif. Ke lima faktor tersebut, yaitu: kualitas media informasi, aksesibilitas informasi, penyebaran informasi, beban informasi, dan ketepatan informasi.¹³

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi

¹³Nenda Desima <http://desima29.blogspot.com/2016/01/makalah-komunikasi-organisasi.html?m=1> Di Akses Pada Tanggal 07 Desember 2018 Pada Pukul 23:27 Wib

1. Saluran komunikasi formal. Merupakan cara komunikasi yang didukung, dan mungkin dikendalikan oleh manajer.
2. Struktur wewenang. Perbedaan status dan kekuasaan dalam organisasi membantu menentukan siapa yang akan berkomunikasi dengan enak kepada siapa. Selain itu, isi dan akurasi komunikasi juga dipengaruhi oleh perbedaan wewenang.
3. Spesialisi pekerjaan. Biasanya akan mempermudah komunikasi dalam kelompok yang berbeda-beda. Anggota suatu kelompok kerja biasanya memiliki jargon, pandangan mengenai waktu, sasaran, tugas dan gaya pribadi yang sama.
4. Kepemilikan informasi. setiap individu mempunyai informasi yang unik dan pengetahuan mengenai pekerjaan mereka, yang merupakan semacam kekuasaan bagi individu-individu yang memilikinya.

d. Tipe-tipe komunikasi

Pada dasarnya komunikasi didalam organisasi terbagi kepada tiga bentuk :

1. Komunikasi vertikal, bentuk komunikasi ini merupakan bentuk komunikasi yang terjadi dari atas kebawah dan sebaliknya. Artinya komunikasi yang disampaikan pimpinan kebawah, dan dari bawahan kepemimpin secara timbal balik. Fungsi komunikasi kebawah digunakan pimpinan untuk:
 - a. Melaksanakan kebijakan, prosedur kerja, peraturan, instruksi, mengenai pelaksanaan kerja bawahan.
 - b. Menyampaikan pengarahan doktrinasi, evaluasi, teguran.
 - c. Memberikan informasi mengenai tujuan organisasi, kebijaksanaan-kebijaksanaan organisasi, insentif.

Seorang pemimpin harus lebih memperhatikan komunikasi dengan bawahannya. Keberhasilan organisasi dilandasi oleh perencanaan yang tepat, dan seseorang pimpinan organisasi yang memiliki jiwa kepemimpinan. Kedua hal tersebut merupakan modal utama untuk kemajuan organisasi yang dipimpin.

2. Komunikasi horizontal, bentuk komunikasi secara mendatar, diantaranya sesama karyawan dan sebagainya. Komunikasi horizontal seringkali berlangsung tidak formal.

Fungsi komunikasi horizontal kesamping digunakan oleh kedua pihak yang mempunyai level yang sama. Komunikasi ini berlangsung dengan cara tatap muka, melalui media elektronik seperti telepon, atau melalui pesan tertulis.

3. Komunikasi diagonal, bentuk komunikasi ini sering kali disebut juga komunikasi silang. Berlangsung dari seseorang kepada orang lain dalam posisi yang berbeda. Dalam arti pihak yang tidak berada pada jalur struktur yang lain.

Fungsi komunikasi diagonal digunakan oleh kedua pihak yang mempunyai level berbeda tidak mempunyai wewenang langsung kepada pihak lain.

- e. Proses komunikasi

Komunikasi terjadi dalam hubungan antara pengirim dengan penerima. Komunikasi yang dapat mengalir dalam satu arah dan berakhir disana, atau dapat menimbulkan respon (umpan balik) dari penerima. Pengirim (sumber pesan) merupakan pihak yang mengawali komunikasi. Dalam sebuah organisasi, pengirim dapat berupa seseorang dengan informasi. Kebutuhan, atau keinginan dan dengan tujuan mengkomunikasikannya kepada satu atau beberapa orang lain.

Tiga faktor yang mempengaruhi efektifitas komunikasi meliputi penyandian, pengartian dan gangguan.

- a. Penyandian terjadi ketika pengirim menerjemahkan informasi untuk dikirimkan menjadi serangkaian simbol.
- b. Pengartian merupakan proses yang dilakukan oleh penerima untuk mengintropesikan pesan dan menerjemahkannya kedalam informasi yang mempunyai arti.
- c. Gangguan meliputi segenap faktor yang mengganggu membingungkan, atau mencampuri komunikasi.

5. Komunikasi massa

a. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik).¹⁴ Organisasi-organisasi media ini akan menyebarkan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat.

Dalam komunikasi massa, media masa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak. Unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah :

1. Komunikator adalah Pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi komunikasi modern, sehingga dapat dengan cepat diakses oleh publik.

¹⁴Karaeng <http://karaeng-id.blogspot.com/2014/12/makalah-komunikasi-massa-pengantar-ilmu.html?m=1>
Di Akses Pada Tanggal 07 Desember 2018 Pada Pukul 22:20 Wib

2. Media massa adalah saluran atau alat komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.
3. Informasi (pesan) adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan hanya informasi massa adalah milik publik, bukan individu. Misalnya berita, iklan, sinetron, film, infotainment, dan sebagainya.
4. Penyeleksi informasi, sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang organisasi media massa, mereka inilah yang akan disebarkan kepada masyarakat. Bahkan memiliki wewenang untuk memperluas dan membatasi informasi yang akan disebarkan tersebut. Mereka adalah wartawan, editor, sutradara, dan sebagainya.
5. Khalayak (publik) adalah massa yang menjadi tujuan dari penyebaran informasi dari media mass. Mereka bersifat heterogen dan luas.
6. Umpan balik. Awalnya umpan balik bersifat tertunda namun dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi. Maka komunikasi interaktif dapat dilakukan secara langsung melalui media massa.

b. Ciri-ciri Komunikasi Massa

1. Menggunakan media massa dengan organisasi (lembaga media) yang jelas.
2. Komunikator memiliki keahlian tertentu.
3. Pesan searah dan umum, serta melalui proses produksi dan terencana.
4. Khalayak yang dituju heterogen dan anonim.
5. Kegiatan media masa teratur dan berkeseimbangan.
6. Ada pengaruh yang dikehendaki.

7. Dalam konteks sosial terjadi saling mempengaruhi antara media dan kondisi masyarakat serta sebaliknya.¹⁵
 8. Hubungan antara komunikator (biasanya media massa) dan komunikan (pemirsanya) tidak bersifat pribadi.
- c. Konsep Massa

Massa memiliki unsur-unsur penting, yaitu : terdiri dari sekelompok masyarakat dalam jumlah yang sangat besar, yang menyebar di mana-mana dan satu dengan yang lainnya tidak saling mengenal atau pernah bertemu atau berhubungan secara personal. Jumlah massa yang besar menyebabkan massa tidak dapat dibedakan satu dengan yang lainnya. Misalnya penonton RCTI dengan ANTV. Karenanya konsep massa dari segmentasi sulit diprediksi dengan angka-angka pasti (akurat).

D. Tehnik Komunikasi

1. *Informative Communication*(Komunikasi Informatif)

Komunikasi Informatif adalah suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya. Teknik ini berdampak kognitif pasalnya komunikan hanya mengetahui saja.

2. *Persuasif Communication* (Komunikasi Persuasif)

Komunikasi Persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku komunikan yang lebih menekan sisi psikologis komunikan. Penekanan ini dimaksudkan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, tetapi persuasi dilakukan dengan halus, luwes, yang

¹⁵Karaeng <http://karaeng-id.blogspot.com/2014/12/makalah-komunikasi-massa-pengantar-ilmu.html?m=1>
Di Akses Pada Tanggal 07 Desember 2018 Pada Pukul 22:20 Wib

mengandung sifat-sifat manusiawi sehingga mengakibatkan kesadaran dan kerelaan yang disertai perasaan senang.

3. *Coersive/InstruktiveCommunication*(Komunikasi Bersifat Perintah)

Komunikasi Instruktif atau koersi teknik komunikasi berupa perintah, ancaman, sanksi dan lain-lain yang bersifat paksaan, sehingga orang-orang yang dijadikan sasaran (komunikasikan) melakukannya secara terpaksa, biasanya teknik komunikasi seperti ini bersifat menakutkan atau menggambarkan resiko yang buruk.

4. *Human Relation*(Hubungan Manusia)

Hubungan manusiawi merupakan terjemahan dari *human relation*. Adapula yang mengartikan hubungan manusia dan hubungan antar manusia, namun dalam kaitannya hubungan manusia tidak hanya dalam hal berkomunikasi saja, namun didalam pelaksanaannya terkandung nilai-nilai kemanusiaan serta unsur-unsur kejiwaan yang amat mendalam. Seperti halnya mengubah sifat, pendapat, atau perilaku seseorang.

E. Pentingnya Komunikasi

Komunikasi merupakan keterampilan yang paling penting dalam hidup kita. Kita menghabiskan sebagian besar jam disaat kita sadar dan bangun untuk berkomunikasi.

Komunikasi mempunyai peranan asasi dalam segala aspek kehidupan manusia, masyarakat, dan Negara. Karena komunikasi adalah wahana utama dari kegiatan dan kehidupan manusia sehari-hari. Manusia berkomunikasi dengan sesama karena mereka saling

membutuhkan, dan juga manusia hanya bisa berkembang melalui komunikasi.¹⁶ Komunikasi telah menjadi kepentingan vital dapat berkembang tanpa informasi dan komunikasi.

Dalam ruang lingkup yang lebih rinci, komunikasi yang menggambarkan bagaimana seseorang menyampaikan sesuatu lewat bahasa atau simbol-simbol tertentu kepada orang lain.¹⁷ Untuk membangun komunikasi, setidaknya kita harus menguasai empat keterampilan dasar dalam komunikasi, yaitu membaca-menulis (bahasa tulisan) dan mendengar-berbicara (bahasa lisan). Begitu pentingnya, banyak orang menghabiskan waktunya untuk melakukan paling tidak salah satu keempat keterampilan itu.¹⁸

Komunikasi atau dalam bahasa lain sering pula disebut diplomasi, perlu dilakukan untuk dapat membangun sebuah kesamaan keinginan dari sebuah informasi yang disajikan. Sehingga tujuan yang ingin diraih dapat dilakukan secara bersama-sama.

Komunikasi sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam berkomunikasi juga dapat menggambarkan dalam berbagai macam model komunikasi.¹⁹ Selain itu, komunikasi juga dapat membantu untuk memberikan gambaran dari segi alur kerja, membuat hipotesis riset dan juga untuk memenuhi perkiraan-perkiraan praktis dalam strategi komunikasi.

F. Dai (komunikator)

Dai merupakan unsur terdepan dalam proses pelaksanaan kegiatan dakwah Islam. Dai dalam konteks proses komunikasi adalah seorang komunikator yang bertindak sebagai penyampai pesan-pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Seorang dai harus memiliki

¹⁶Arifin Anwar, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2006), Hlm. 207.

¹⁷Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:PTRaja Grafindo Persada, 2006) Hlm .15.

¹⁸Arifin Anwar, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, Hlm. 219.

¹⁹Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:PT Rajawali Pers 200) Hlm. 40.

kemampuan untuk dapat menarik simpati dan mampu mempengaruhi *audiencenya* agar mau melakukan apa yang telah di sampaikanya dengan penuh kerelaan dan keikhlasan.

Dai secara bahasa dai adalah bentuk *isim fa`il* dari kata *da`ayad`u-da`watan*. Jadi secara bahasa dai artinya orang yang memanggil atau menyeru. Sedangkan secara istilah dai adalah seorang yang menyeru manusia kepada kebenaran, yakni ajaran agama islam yang telah dituntunkan oleh Allah melalui Rasul-Nya yang terdapat dalam Alquran dan AS-Sunnah.

d. Sifat dan sikap seorang dai

1. Sifat seorang dai

- a. Iman dan takwa kepada Allah.
- b. Tulus ikhlas dan tidak mementingkan diri pribadi.
- c. Ramah dan penuh pengertian.
- d. Tawadu` (rendah diri).
- e. Sederhana dan jujur.
- f. Tidak memiliki sifat egoisme²⁰.
- g. Sifat Anthusiasme²¹.
- h. Sabar dan tawakkal.
- i. Memiliki jiwa toleransi.
- j. Sifat terbuka (demokratis).
- k. Tidak memiliki penyakit hati.

²⁰Syukir Asmuni *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya Al-ikhlas:1983) Hlm.35

²¹*Ibid*,Hlm .37.

2. Sikap seorang dai

Selain itu sikap diartikan sebagai kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi objek, situasi atau nilai. Sikap biasanya timbul dari pengalaman, baik pengalaman yang buruk dapat melahirkan sikap negatif.

Pada dunia dakwah, sikap seorang dai, amat sangat berpengaruh karena sikap dai merupakan cerminan dari perkataannya. Masyarakat sebagai suatu komunitas sosial lebih cenderung menilai karakter dan tabiat seseorang dari pada tingkah laku keseharian yang dapat dilihat dan didengar, dan ini mengapa sikap dai merupakan salah satu faktor penunjang keberhasilan dakwah. Diantara sikap-sikap ideal yang harus dimiliki oleh para dai, diantaranya lain:

- a. Berakhlak mulia.
 - b. Disiplin dan bijaksana.
 - c. Berpengetahuan yang cukup.
1. Tugas dan fungsi dai
 - a. Tugas Dai

Tugas dai adalah merealisasikan ajaran-ajaran Alquran dan sunnah di tengah masyarakat sehingga Al-quran dan sunnah dijadikan sebagai pedoman dan penuntut hidupnya.

b. Fungsi Dai

Dai sebagai tokoh utama dari proses kegiatan dakwah, harus menyadari betul fungsinya dalam menyebarkan ajaran agama Islam sekaligus sebagai contoh teladan ditengah-tengah masyarakat agar umat muslim menjalankan Islam secara kafiah.

Adapun fungsi dai dalam peningkatan dakwah, antara lain:

1. Meluruskan *I'tiqad*

Sepanjang zaman dan sejarah selalu timbul kepercayaan-kepercayaan dan keyakinan-keyakinan yang banyak menyimpang dari pokok ajaran yang sebenarnya datang dari Allah dan Rasulnya.

2. Mendorong dan Merangsang Untuk Beramal

Dalam hal ini diharapkan dapat mengarahkan masyarakat untuk lebih bergairah dalam beramal. Dai menempuh cara *indzar* yakni membayangkan kesulitan dan kepahitan apa yang bakal diderita jika seseorang tidak melaksanakan amal sholeh.

3. Membersihkan Jiwa

Manusia dianggap baik tidak cukup dalam bentuk lahiriyah saja, tetapi perlu pula bersih batin atau rohaninya. Banyak sekali penyakit batin yang mengugurkan amal ibadah manusia, diantaranya ialah dengki, iri hati, tamak, ria dan banyak lagi.

Sementara itu keberadaan dai dalam masyarakat yang luas mempunyai fungsi yang cukup menentukan.²²

Fungsi dai adalah sebagai berikut:

- a. Meluruskan aqidah
- b. Memotivasi umat untuk beribadah dengan baik dan benar
- c. Menegakkan *amar ma`ruf nahi mungkar*
- d. Menolak kebudayaan yang destruktif

G. Zakat

²²Rubino, *Aktivitas Dai Dalam Pembinaan Keagamaan Narapidana*, (Medan:IAIN SU 2010) Hlm. 11.

Zakat adalah salah satu rukun Islam yang ketiga, dan menjadi salah satu unsur pokok penegak syariat Islam, oleh karena itu hukum zakat adalah wajib (fardu) atas setiap muslim yang memenuhi syarat-syarat tertentu. Menurut Hamdan Rasyid, didalam Alquran kata zakat disebutkan sebanyak 32 kali dan sebagian besar beriringan dengan kata salat. Bahkan jika digabung dengan perintah untuk memberikan infaq, sedekah untuk kebaikan dan memberi makan fakir miskin maka jumlahnya 115 kali.²³

Alquran menyebutkan (perintah) sholat dan zakat secara bersamaan, ini menunjukkan bahwa salat dan zakat tidak dapat dipisahkan. Dengan zakat menjadi jelas bahwa Islam bukanlah sekedar agama ritual melainkan agama yang ajarannya menyentuh kehidupan yang nyata dalam masyarakat. Allah berfirman dalam alquran Surat Al-Baqarah ayat 43:

Artinya : Dan dirikanlah sholat, tunaikanlah zakat dan ruku`lah beserta orang-orang yang ruku(Q.S Al-Baqarah ayat 43)”,²⁴

a. Defenisi zakat

Menurut Istilah zakat adalah sebagian harta yang telah diwajibkan oleh Allah Swt untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya sebagaimana yang telah dinyatakan dalam Al Qur'an atau juga boleh diartikan dengan kadar tertentu atas harta tertentu yang diberikan kepada orang-orang tertentu dengan lafadz zakat yang juga digunakan terhadap bagian tertentu yang dikeluarkan dari orang yang telah dikenai kewajiban untuk mengeluarkan zakat.²⁵ Dalam alquran surah AT-Taubah ayat 103:

²³Hamdan Rasyid, *Fikih Indonesia*, Cet.1.(Jakarta:Al-Mawardi Prima, 2003),hlm. 103.

²⁴Daperteman Agama RI *Alquran Dan Terjemahan* (Bandung :Cv Penerbit j-Art,2007) Hlm.77.

²⁵Rasjid, Sulaiman. 2011. *Fiqh Islam (Hukum Fiqh Islam)*. Bandung: Penerbit Sinar Baru Algensindo.

“ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah maha mendengar lagi maha mengetahui(Q.S AT-Taubah ayat 103)”²⁶

b. Syarat Wajib Zakat

Zakat mempunyai beberapa syarat wajib dan syarat sah. Menurut jumhur ulama syarat wajib zakat terdiri dari:

1. Islam.
2. Merdeka.
3. Baligh dan Berakal.
4. Harta yang dikeluarkan adalah harta yang wajib dizakati.

Harta yang memiliki criteria ini ada lima jenis antara lain:

- a. Uang, emas, perak baik berbentuk uang logam maupun uang kertas
- b. Barang tambang dan barang temuan
- c. Barang dagangan
- d. Hasil tanaman dan buah-buahan
5. Binatang ternak
6. Harta yang dizakati telah mencapai nishab atau senilai dengannya
7. Harta yang dizakati adalah milik penuh
8. Kepemilikan harta telah mencapai haul (setahun)
9. Harta tersebut bukan termasuk harta hasil hutang
10. Harta yang akan dizakati melebihi kebutuhan pokok

Dan diantara syarat-syarat sah pelaksanaan zakat terdiri atas:

²⁶Daperteman agama RI *Alquran Dan Terjemahan* (Bnadung :Cv Penerbit j-Art,2007),

1. Niat

2. Tamlik (memindahkan kepemilikan kepada penerimanya)

Rukun zakat adalah mengeluarkan sebagian dari nisab(harta) yang dengan melepaskan kepemilikan terhadapnya, menjadikannya sebagai milik orang fakir dan menyerahkannya kepadanya atau harta tersebut diserahkan kepada wakilnya yakni imam atau orang yang bertugas untuk memungut zakat.²⁷

Diantara hikmah zakat yang lain yang saling menguntungkan baik dari pihak sang kaya maupun dari pihak si miskin antara lain:

- a. menolong orang yang lemah dan susah agar dia dapat menunaikan kewajibannya terhadap Allah dan terhadap makhluk Allah (masyarakat)
- b. membersihkan diri dari sifat kikir dan akhlak yang tercela, serta membayarkan amanat kepada orang yang berhak dan berkepentingan
- c. sebagai ucapan syukur dan terimakasih atas nikmat kekayaan yang diberikan kepadanya
- d. guna menjaga kejahatan-kejahatan yang akan timbul dari si miskin dan yang susah
- e. guna mendekatkan hubungan kasih sayang dan cinta mencintai antara si miskin dan si kaya

c. Macam-macam Zakat

Zakat terbagi atas dua jenis yakni:

Zakat Fitrah, zakat yang wajib dikeluarkan Muslim menjelang Idul Fitri pada bulan Ramadhan. Besar Zakat ini setara dengan 2,5 kilogram/3,5 liter makanan pokok yang ada di daerah bersangkutan. Zakat Maal (Zakat Harta), mencakup hasil perniagaan, pertanian,

²⁷Mustafa <http://mmustafa124.wordpress.com/materi/kajian/masalah-zakat/rukun-dan-syarat-zakat> Di Akses Pada Tanggal 22 Agustus 2018 Pada Pukul 17:46 Wib

pertambangan, hasil laut, hasil ternak, harta temuan, emas dan perak. Masing-masing tipe memiliki perhitungannya sendiri-sendiri.

1. Zakat Fitrah

Makna zakat fitrah, yaitu zakat yang sebab diwajibkannya adalah *fatur* (berbuka puasa) pada bulan ramadhan disebut pula dengan sedekah. Lafadh sedekah menurut syara' dipergunakan untuk zakat yang diwajibkan, sebagaimana terdapat pada berbagai tempat dalam qur'an dan sunnah. Dipergunakan pula sedekah itu untuk zakat fitrah, seolah-olah sedekah dari fitrah atau asal kejadian, sehingga wajibnya zakat fitrah untuk mensucikan diri dan membersihkan perbuatannya.

2. Zakat maal (harta)

Menurut terminologi harta adalah segala sesuatu yang diinginkan sekali oleh manusia untuk memiliki manfaat dan penyimpanannya. Sedangkan menurut *syara`* harta adalah segala sesuatu yang dapat dimiliki dan dapat dimanfaatkan. Sesuatu dapat disebut maal apabila memenuhi dua syarat antara lain²⁸:

- a. Dapat dimiliki dikuasai dihipun dan disimpan.
- b. Dapat diambil manfaatnya sesuai dengan ghalibnya seperti rumah, ternak dan lain-lain.

Harta maal yang wajib dizakati:

1. Binatang ternak :sapi, unta, kambing kerbau, domba, dan unggas (ayam, itik, burung)
2. Emas dan perak.
3. Biji makanan yang mengenyangkan seperti beras, jagung, gandum, dan sebagainya.
4. Buah-buahan seperti anggur dan kurma.

²⁸ Ali, Muhammad Daud. 1988. *Sistem Ekonomi Islam : Zakat dan Wakaf*. Jakarta: UI Press.

5. Harta perniagaan (perdagangan).

d. Mustahiq (orang yang berhak menerima zakat)

Zakat fitrah dan zakat maal wajib diserahkan kepada delapan golongan. Mereka adalah orang-orang yang disebutkan Allah dalam Alquran surah At-taubah ayat 60 :

”Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, orang-orang yang berjuang untuk Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana”. (QS At-tubah 60)²⁹

a. Fakir

b. Miskin

c. Amil

d. Hamba Sahaya atau Riqab

e. Fi Sabilillah

f. Mu'allaf

1. Orang yang baru masuk Islam dan imannya masih lemah

2. Orang yang masuk Islam dan memiliki niat yang kuat.

g. Gharim atau Orang yang Berhutang

1. Orang yang berhutang karena mendamaikan dua orang yang berselisih.

2. Orang yang berhutang untuk kepentingan dirinya yang dibolehkan.

3. Orang yang berhutang karena menjamin utang orang lain, sedangkan dia dan orang yang dijamin tidak mampu membayar.

h. Ibnu Sabil atau Musafir.

²⁹Daperteman Agama RI *Alquran Dan Terjemahan* (Bnadung :Cv Penerbit j-Art,2007)

H. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran yang penulis penelitian yang berkaitan dengan judul penulis yang lakukan adalah :

1. Akhyarul Habibi “ pengelolaan Zakat, Infaq, dan Shadaqah Baitul Mal Hidayatullah Sumatra Utara Tahun 2016”. Penelitian ini di latar belakang untuk mengungkapkan pengelolaan zakat dalam memperdayakan masyarakat Islam di Sumatra Utara melalui penghimpunan zakat dan laporan keuangan dan pengawasan-persamaan penelitian ini terletak pada pengumpulan zakatnya. Perbedaan penelitian ini terletak fokus pada pembahasan kepada pengelolaan zakat dan hambatan dalam pengelolaan zakat di pimpinan daerah Muhammadiyah Kota Medan.
2. Erwin Aditya Pratama dengan judul “Optimalisasi Pengelolaan Zakat Sebagai Sarana Mencapai Kesejahteraan Social Pada Badan Amil Zakat Kota Semarang”. Hasil penelitiannya masih kurangnya sosialisasi mengenai undang-undang zakat, sikap kurang percaya pada BAZ. Persamaan dalam penelitian ini adalah cara menghimpun zakat yang menggunakan media didalam mengumpulkan zakat.
3. Armaida dengan judul “Aktivitas Dai dalam Menyampaikan Ajaran Islam Terhadap Penguna Narkoba Di Pusat Rehabilitasi Narkoba Jln Sibolangit Kab.Deli Serdang”. Hasil yang dicapai dengan adanya aktivitas dakwah tersebut adalah baik, dibuktikan dengan respon para penguna narkoba dalam menerima setiap pesan dakwah yang disampaikan melalui ceramah agama, pembinaan, pendidikan dan bimbingan agama sudah maksimal di berikan kepada para penguna narkoba.