

**TEKNIK KOMUNIKASI DAI NAHDATUL ULAMA DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT DI DESA
SOSOPAN KECAMATAN SOSOPAN
KABUPATEN PADANG LAWAS**

Proposal Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Sosial Islam (S.Sos)

Oleh

IMAM KURNIA SYAPUTRA
NIM: 11134049

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

MEDAN

2019

**TEKNIK KOMUNIKASI DAI NAHDATUL ULAMADALAM
MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT DI DESA
SOSOPAN KECAMATAN SOSOPAN
KABUPATEN PADANG LAWAS**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh

IMAM KURNIA SYAPUTRA
NIM: 11134049

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Mukhtaruddin, MA
NIP. 19730514 199803 1 002

Irma Yusriani Simamora, MA
NIP. 19751204 200901 2 002

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

Nomor : Istimewa
Lamp : 6 (Enam) Exp.
Hal : Skripsi
An. Imam Kurnia Syaputra

Medan, 16 April 2019
Kepada Yth:
Bapak Dekan Fakultas Dakwah
dan Komunikasi UIN-SU
di –
Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran seperlunya untuk memperbaiki dan kesempurnaan skripsi mahasiswa An. Imam Kurnia Syaputra yang berjudul: Teknik Komunikasi Dai Nahdatul Ulama dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas, kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Mudah-mudahan dalam waktu dekat, kiranya Saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Demikianlah untuk dimaklumi dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

Wassalam

Pembimbing I

Dr. Mukhtaruddin, MA
NIP. 19730514 199803 1002

Pembimbing II

Irma Yusriani Simamora, MA
NIP. 19751204 200901 2 002

Imam Kurnia Syahputra. Teknik Komunikasi Dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas. (2017)

Skripsi, Medan: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan, 2017.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui teknik komunikasi dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas. Untuk mengetahui hambatan dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas. Untuk mengetahui hasil yang dicapai dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang melihat objek, kondisi, dan gambaran secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta yang diselidiki dan hasilnya dapat dipergunakan untuk mengambil keputusan dimasa mendatang. Bogdan dan Biklen mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan komunikasi dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas yaitu menggunakan teknik komunikasi persuasif, dengan pendekatan program-program, agar termotivasi para muzzaki sehingga meningkatkan jumlah zakatnya. Hambatan dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas yaitu munculnya kekhawatiran, was-was, ketidakpercayaan muzzaki dengan program yang telah dibuat dai. Hambatan lainnya yaitu lebih besar jumlah mustahiq daripada orang yang memberikan zakat (*muzzaki*) dan Hasil yang dicapai dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas yaitu tumbuhnya kesadaran untuk berzakat bagi seluruh masyarakat walaupun dia bukan muzzaki, ketika mempunyai rezeki lebih, mereka mau menyisihkan sedikit rezekinya. Dibangunnya masjid di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas yang padat umat muslim kemudian disana tidak ada sarana ibadah pada masa itu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi umat manusia.

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos), Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan judul Teknik Komunikasi Dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat Di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas, dalam penulisannya banyak ditemui berbagai hambatan dan rintangan serta banyak pula bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Meskipun penyusunan skripsi ini diupayakan secara semaksimal mungkin, namun sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak sehingga dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Terkhusus ucapan terima kasih kepada ayahanda Zainuddin Efendi Nasution dan ibunda tercinta Roisah Hanna Hasibuan yang selalu memberikan

semangat dalam melaksanakan studi di UIN Sumatera Utara hingga sampai menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

2. Begitu juga kepada Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberikan kesempatan bagi penulis dalam mengikuti dan menjalankan perkuliahan ini sampai menyangang gelar sarjana.
3. Bapak Dr. Soiman, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah banyak memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini dan memberikan kesempatan untuk menjalankan perkuliahan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Mukhtaruddin, M.A selaku pembimbing skripsi I dan Ibu Irma Yusriani Simamora, M.A selaku pembimbing skripsi II yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan kepada penulis dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Mukhtaruddin, M.A selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Bapak Winda Kustiiawan, M.A selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
6. Bapak Ibu Dosen, serta staf dan pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah banyak memberikan kesempatan penulis dalam pemakaian dan peminjaman buku-buku yang ada di perpustakaan dan yang berhubungan dengan penulis skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis. Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri, semoga skripsi ini menjadi karya tulis yang bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca umumnya. Atas segala kebaikan yang penullis terima, penulis serahkan kepada Allah SWT, semoga dibalas kabaikan pula oleh-Nya. Amin.

Medan, 12 September 2017
Penulis

Imam Kurnia Syaputra
NIM. 11134049

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah 5

C. Batasan Istilah 6

D. Tujuan Penelitian..... 7

E. Kegunaan Penelitian 7

F. Sistematika Pembahasan..... 7

Daftar Pustaka 8

BAB II LANDASAN TEORETIS..... 9

A. Pengertian Komunikasi 9

B. Teknik Komunikasi 15

C. Pengertian dan karakter Dai 31

D. Pengertian dan Kedudukan Zakat 34

E. Penelitian Terdahulu 45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 47

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... 47

B. Lokasi Penelitian 47

C. Informan Penelitian 47

D. Sumber Data.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	52
A. Latar Belakang adanya Nahdlatul Ulama Padang Lawas	52
B. Teknik Komunikasi Dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat.....	54
C. Hasil yang di Capai Dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat.....	61
D. Hambatan Dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat	68
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ilmu komunikasi merupakan proses komunikasi yang dilakukan untuk upaya penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan melalui media atau saluran tertentu. Bertujuan agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik oleh komunikan serta menimbulkan efek tertentu sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Untuk mencapai suatu tujuan dan sasaran dari komunikasi yang telah ditentukan dan diinginkan secara tepat sasaran, agar pesan-pesan atau ide-ide serta gagasan-gagasan yang disampaikan oleh seorang komunikator dalam komunikasinya dapat diterima dengan baik oleh komunikannya. Hubungan manusia pada umumnya dilakukan untuk menghilangkan hambatan-hambatan komunikasi, meniadakan salah pengertian dan mengembangkan tabiat manusia,¹ maka dari dibutuhkanlah adanya sebuah teknik.

Secara fungsional komunikasi berfungsi untuk kepentingan-kepentingan tertentu.² Teknik komunikasi adalah cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan

¹ Muhammad Budyatna dan Leila Mona Ganiem, *Teori Komunikasi Antarprnadi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 36.

² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010), hlm. 5.

sebagai paduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran dan sebagainya.³

Dalam meningkatkan kesadaran zakat pada saat mengkomunikasikannya kita dapat menggunakan beberapa teknik komunikasi secara garis besarnya menurut Onong Uchjana Effendy terbagi kedalam 4 teknik, yaitu; Komunikasi Informatif, Komunikasi Persuasif, Komunikasi Instrukturif/Koersif, dan Hubungan Manusia⁴.

Berdasarkan teknik komunikasi di atas, Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa teknik komunikasi yang dapat memberikan pengaruh cukup kuat terhadap komunikan adalah teknik komunikasi persuasif. Teknik komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku. Ada beberapa jenis teknik komunikasi persuasif yang dapat dipilih menurut Onong Uchjana Effendy adalah sebagai berikut:⁵

Teknik Asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Teknik Integrasi adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Teknik Ganjaran (*pay-off technique*) adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. Teknik tataan adalah upaya

³ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1986), hlm. 6.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1984), hlm. 8.

⁵ *Ibid.* hlm. 22.

menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak di dengar serta termotivasi untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.

Teknik *red-herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan menggelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.⁶

Teknik komunikasi diatas juga digunakan Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat. Nahdlatul Ulama Padang Lawas adalah ormas Islam skala nasional.⁷ Nahdlatul Ulama Padang Lawas memiliki beberapa program yang salah satunya gerakan zakat yaitu program dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas di setiap desa. Adapun tugas mereka yaitu melaksanakan dakwah kepada masyarakat muslim yang ada di daerah Padang Lawas. Diantara tugasnya yaitu meningkatkan kesadaran zakat masyarakat. Setiap dai diberikan uang transport oleh Nahdlatul Ulama Padang Lawas setiap bulannya. Dalam penelitian ini peneliti terfokus kepada teknik komunikasi dai yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran zakat.

Adapun yang menjadi permasalahan di desa Sosopan tempat dimana dai binaan Nahdlatul Ulama Padang Lawas bertugas untuk meningkatkan kesadaran zakat ialah karena banyaknya masyarakat, kewajiban berzakatnya masih memahaminya dengan sederhana. Mereka sadar akan pentingnya membayar zakat

⁶ Effendy, *Ilmu*, hlm. 23-24.

⁷ Nispul Khoiri, *Metodologi Fikih Zakat Indonesia*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), hlm. 270.

akan tetapi masih sebatas membayar zakat fitrah saja kalau zakat harta ini nampaknya perlu sosialisasi pendidikan masyarakat edukasi yang lebih banyak karena paham mereka masih sedikit tentang itu. Zakat menurut Dr. Yusuf Qardhawi adalah ibadah *maliyahijtima'iyah* yang memiliki posisi yang sangat penting dan, strategis dan menentukan, baik dari sisi ajaran Islam maupun dari sisi pembangunan umat. Sebagai suatu ibadah pokok, zakat termasuk salah satu rukun ketiga dari rukun Islam yang ke lima.⁸

Alquran menyatakan bahwa kesedian berzakat merupakan ciri orang yang mendapatkan kebahagiaan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Mu'minuun ayat 1 - 4 :`

قَدْ أَفْلَحَ الْمُؤْمِنُونَ ﴿١﴾ الَّذِينَ هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ خَاشِعُونَ ﴿٢﴾ وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ ﴿٣﴾ وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ ﴿٤﴾

Artinya:

“Sesungguhnya beruntunglah orang-orang yang beriman, (yaitu) orang-orang yang khusyu' dalam shalatnya, dan orang-orang yang menjauhkan diri dari (perbuatan dan perkataan) yang tiada berguna, dan orang-orang yang menunaikan zakat”⁹

Setiap individu yang bekerja, mendapat penghasilan lebih seharusnya memiliki kesadaran yang tinggi untuk menafkahkan sebagian hartanya untuk orang

⁸ Hikmat Kurnia, Hidayat, *Panduan Pintar Zakat*, (Jakarta: Qultum Media, 2008), hlm. 50-51.

⁹ Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Surabaya: Lintas Media, 2002), hlm. 475.

lain. Setidaknya apa bila kesadaran ini muncul, maka bisa mengurangi tingkat kemiskinan.

Berdasarkan latar belakang masalah ini, maka peneliti ingin meneliti tentang *Teknik Komunikasi Dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas*

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah penelitian ini terkait dengan Komunikasi dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas, maka Fokus penelitian tersebut diuraikan dalam tiga pertanyaan pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana teknik komunikasi dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas?
2. Apa hambatan komunikasi dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas?
3. Hasil apa saja yang dicapai, dari teknik komunikasi dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas?

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya makna ganda dalam menafsirkan istilah-istilah yang dipakai dalam judul penelitian ini maka penulis memberikan batasan sebagai berikut:

1. Komunikasi dai: adalah cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan¹⁰ serta merubah suatu keadaan yang baik kepada keadaan yang lebih baik lagi, berdasarkan pernyataan yang digariskan oleh agama Islam.¹¹ Dari beberapa teknik komunikasi yaitu komunikasi informatif, komunikasi persuasif, komunikasi instruktif/koersif, hubungan manusia. Yang menjadi focus penelitian ialah komunikasi persuasif.
2. Nahdlatul Ulama Padang Lawas: adalah organisasi keislaman yang melakukan pengelolaan zakat di wilayah kabupaten Padang Lawas untuk mensejahterakan masyarakat muslim.
3. Kesadaran Zakat: yaitu kesadaran setiap individu yang bekerja dan mendapatkan penghasilan untuk bisa menafkahkan sebagian hartanya untuk orang lain.¹² Indikator kesadaran zakat disini ialah orang yang tidak tau mengenai zakat harta menjadi tahu.

¹⁰ Effendy, *Dinamika*, hlm. 6.

¹¹ Abdullah, *Wawasan*, hlm. 44.

¹² Hidayat, *Panduan*, hlm. 3.

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui teknik komunikasi dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
2. Untuk mengetahui hambatan dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas.
3. Untuk mengetahui hasil yang dicapai dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini sebagai sumbangan pemikiran di bidang ilmu dakwah khususnya bagi kepentingan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU Medan.
2. Secara Praktis, sebagai bahan masukan kepada dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam menyampaikan dakwah.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah membahas masalah dalam penelitian ini, maka penulis membagi pembahasannya dalam beberapa bab dan setiap bab terdiri dari beberapa sub bab, sebagai berikut:

- BAB I** : Pendahuluan yang di dalamnya membahas latar belakang masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.
- BAB II** : Landasan teoritis yang di dalamnya membahas pengertian dan ruang lingkup komunikasi, pengertian dan karakter dai, pengertian dan kedudukan zakat, penelitian terdahulu.
- BAB III** : Metodologi penelitian yang di dalamnya terdiri dari :jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrument pengumpulan data dan teknik analisis data.
- BAB IV** : Hasil penelitian.
- BAB V** : Penutup memaparkan kesimpulan dan saran-saran yang membangun dari penelitian tersebut.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Pengertian Komunikasi

Secara etimologi atau menurut bahasa, istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Dengan demikian, komunikasi adalah kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti/makna. Arti ini perlu dipahami bersama oleh pihak-pihak yang terlibat dalam suatu kegiatan komunikasi.¹³

Suatu situasi komunikasi serasi adalah yang diharapkan oleh komunikator maupun komunikan. Komunikasi serasi hanya dapat dicapai apabila pihak-pihak yang terlibat dalam suatu kegiatan komunikasi memberi arti dan makna yang sama kepada lambang-lambang yang dipergunakan. Karena itu, pemberian arti kepada lambang merupakan landasan pokok untuk suatu komunikasi yang serasi, terutama karena manusia hidup dalam masyarakatnya melalui komunikasi.¹⁴

Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa

¹³ Rochajat Harun & Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Pembangunan & Perubahan Sosial: Perspektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 160.

¹⁴ *Ibid*, hlm. 160.

itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.¹⁵

Sedangkan secara terminologi atau secara istilah, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia. Karena itu, komunikasi yang dimaksudkan di sini adalah komunikasi manusia atau dalam bahasa asing *human communication*, yang sering kali pula disebut komunikasi sosial atau *social communication*.¹⁶ Berikut ini pengertian komunikasi menurut para ahli diantaranya:

1. Theodorson and Theodorson, Komunikasi adalah penyebaran informasi, ide-ide, sikap-sikap, atau emosi dari seseorang atau kelompok kepada yang lain atau yang lain-lainnya, terutama melalui simbol-simbol.¹⁷
2. Gode, Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.¹⁸
3. Miller, komunikasi merupakan *center of interest* yang ada dalam suatu situasi perilaku manusia yang memungkinkan suatu sumber secara sadar

¹⁵ Effendy, *Ilmu*, hlm. 9.

¹⁶ Effendy, *Dinamika*, hlm. 4.

¹⁷ Harun, *Komunikasi*, hlm. 22.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 23.

mengalihkan pesan kepada penerima dengan tujuan yakni mempengaruhi perilaku tertentu.¹⁹

4. Mc Croskey, komunikasi merupakan proses yang menggambarkan bagaimana seseorang memberikan stimulasi pada makna pesan verbal dan nonverbal ke dalam pikiran orang lain.²⁰
5. Zaretsky, komunikasi adalah interaksi untuk menopang koneksi antarmanusia sehingga dapat menolong mereka memahami satu sama lain bagi pengakuan terhadap kepentingan bersama.²¹
6. Hovland, komunikasi merupakan proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain.²²
7. Harold laswell, seorang ahli ilmu politik dari *Yale University*, mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang, ide, gagasan, perasaan, dan pikiran kepada orang lain dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan siapa, mengatakan apa, dengan saluran atau media apa, kepada siapa, dan pengaruhnya bagaimana.²³
8. Bernard Berelson dan Garry A. Stainer dalam karyanya, "*Human Behavior*", mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan lambang-lambang, kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan

¹⁹ Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 35.

²⁰ *Ibid*, hlm. 35.

²¹ *Ibid*, hlm. 35.

²² Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 48.

²³ *Ibid*, hlm. 48.

lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaianlah yang biasanya dinamakan komunikasi.²⁴

9. Louis Forsdale, ahli komunikasi dan pendidikan, komunikasi adalah suatu proses memberikan signal²⁵ menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah.²⁶

10. William J.Seller, komunikasi adalah proses dengan mana simbol verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima, dan diberi arti.²⁷

Pada tataran teoritis, paling tidak kita mengenal atau memahami komunikasi dari dua perspektif, yaitu:

1. Perspektif Kognitif. Komunikasi menurut Colin Cherry, yang mewakili perspektif kognitif adalah penggunaan lambang-lambang (symbols) untuk mencapai kesamaan makna atau berbagi informasi tentang satu objek atau kejadian. Informasi adalah sesuatu (fakta, opini, gagasan) dari satu partisipan kepada partisipan lain melalui penggunaan kata-kata atau lambang lainnya. Jika pesan yang disampaikan diterima secara akurat, receiver akan memiliki informasi yang sama seperti yang dimiliki sender, oleh karena itu tindak komunikasi telah terjadi.

²⁴ Effendy, *Hubungan*, hlm. 48.

²⁵ Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu. Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya. Misalnya setiap bahasa mempunyai aturan tertentu baik bahasa lisan, bahasa tulisan maupun bahasa isyarat. Bila orang yang mengirim signal menggunakan bahasa yang sama dengan orang yang menerima, maka si penerima akan dapat memahami maksud dari signal tersebut, tetapi kalau tidak mungkin dia tidak dapat memahami maksudnya.

²⁶ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 2.

²⁷ *Ibid*, hlm. 4.

2. Perspektif Perilaku. Menurut BF. Skinner dari perspektif perilaku memandang komunikasi sebagai perilaku verbal atau simbolik di mana sender berusaha mendapatkan satu efek yang dikehendaknya pada receiver. Masih dalam perspektif perilaku, *FEX Dance* menegaskan bahwa komunikasi adalah adanya satu respons melalui lambang-lambang verbal di mana simbol verbal tersebut bertindak sebagai stimuli untuk memperoleh respons. Kedua pengertian komunikasi yang disebut terakhir, mengacu pada hubungan stimulus respons antara *sender* dan *receiver*.

Setelah kita memahami pengertian komunikasi dari dua perspektif yang berbeda, kita mencoba melihat proses komunikasi dalam suatu organisasi. Menurut Jerry W. Koehler dan kawan-kawan, bagi suatu organisasi, perspektif perilaku dipandang lebih praktis karena komunikasi dalam organisasi bertujuan untuk mempengaruhi penerima (*receiver*). Satu respons khusus diharapkan oleh pengirim pesan (*sender*) dari setiap pesan yang disampaikannya. Ketika satu pesan mempunyai efek yang dikehendaki, bukan suatu persoalan apakah informasi yang disampaikan tersebut merupakan tindak berbagi informasi atau tidak.

Proses komunikasi diawali oleh sumber (*source*) baik individu ataupun kelompok yang berusaha berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain, sebagai berikut:

1. Langkah pertama, yang dilakukan sumber adalah *ideation* yaitu penciptaan satu gagasan atau pemilihan seperangkat informasi untuk dikomunikasikan. *Ideation* ini merupakan landasan bagi suatu pesan yang akan disampaikan.
2. Langkah kedua, dalam penciptaan suatu pesan adalah *encoding*, yaitu sumber menterjemahkan informasi atau gagasan dalam wujud kata-kaya, tanda-tanda

atau lambang-lambang yang disengaja untuk menyampaikan informasi dan diharapkan mempunyai efek terhadap orang lain. Pesan atau *message* adalah alat-alat di mana sumber mengekspresikan gagasannya dalam bentuk bahasa lisan, bahasa tulisan ataupun perilaku nonverbal seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah atau gambar-gambar.

3. Langkah ketiga, dalam proses komunikasi adalah penyampaian pesan yang telah disandi (*encode*). Sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan cara berbicara, menulis, menggambar ataupun melalui suatu tindakan tertentu. Pada langkah ketiga ini, kita mengenal istilah *channel* atau saluran, yaitu alat-alat untuk menyampaikan suatu pesan. Saluran untuk komunikasi lisan adalah komunikasi tatap muka, radio dan telepon. Sedangkan saluran untuk komunikasi tertulis meliputi setiap materi yang tertulis ataupun sebuah media yang dapat mereproduksi kata-kata tertulis seperti: televisi, kaset, video atau OHP (*over head projector*). Sumber berusaha untuk mebebaskan saluran komunikasi dari gangguan ataupun hambatan, sehingga pesan dapat sampai kepada penerima seperti yang dikehendaki.
4. Langkah keempat, perhatian dialihkan kepada penerima pesan. Jika pesan itu bersifat lisan, maka penerima perlu menjadi seorang pendengar yang baik, karena jika penerima tidak mendengar, pesan tersebut akan hilang. Dalam proses ini, penerima melakukan *decoding*, yaitu memberikan penafsiran interpretasi terhadap pesan yang disampaikan kepadanya. Pemahaman (*understanding*) merupakan kunci untuk melakukan *decoding* dan hanya terjadi dalam pikiran penerima. Akhirnya penerimalah yang akan menentukan

bagaimana memahami suatu pesan dan bagaimana pula memberikan respons terhadap pesan tersebut.

5. Proses terakhir, dalam proses komunikasi adalah *feedback* atau umpan balik yang memungkinkan sumber mempertimbangkan kembali pesan yang telah disampaikan kepada penerima. Respons atau umpan balik dari penerima terhadap pesan yang disampaikan sumber dapat berwujud kata-kata ataupun tindakan-tindakan tertentu. Penerima bisa mengabaikan pesan tersebut ataupun menyimpannya. Umpan balik inilah yang dapat dijadikan landasan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi.

B. Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi adalah suatu keterampilan yang dilakukan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Banyak teori komunikasi yang dikemukakan para ahli tentang strategi dan teknik komunikasi antara lain Halorl D. Lasswell, salah seorang sarjana pada Yale University. Teori yang menyangkut strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Halorl D. Lasswell ialah menggambarkan komunikasi dalam ungkapan “*who, says what, in which channel, to whom, with what effect?*”.²⁸ Atau dalam bahasa Indonesia adalah, siapa, mengatakan apa, dengan medium apa, kepada siapa, dengan pengaruh apa?. Dalam Konteks ini untuk pemantapan strategi komunikasi maka wajib diperhatikan

²⁸ Morissan, Andy Corry Wardhani, dan Farid Hamid U, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hlm. 17.

komponen yang merupakan jawaban atas pertanyaan dalam rumusan yang dituangkan oleh Harold D. Lasswell yaitu :

Komunikator adalah salah satu elemen komunikasi yang menjadi bagian dari definisi komunikasi Laswell. Ketika komunikator berkomunikasi, yang berpengaruh bukan saja apa yang ia katakan, tetapi juga keadaan dia sendiri, kredibilitas seorang komunikator sangat menentukan.²⁹ Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan, pada dasarnya sangat menentukan keberhasilan komunikasi. Hal ini menjadi sumber keberhasilan (*source credibility*) komunikator. Komunikator yang kredibel adalah yang memiliki etos dalam dirinya yang diformasikan menjadi itikad baik (*good intentions*), kelayakan untuk dipercaya (*trust worthiness*) serta kecakapan dan keahlian (*competence or expertness*) dalam bidangnya.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangat penting dan strategis, sebab ditangannya terletak efektif-tidaknya pesan-pesan yang disampaikan. Sebagaimana yang dipahami bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang dibuat dalam perencanaan dan strategi dalam tugas dan fungsi komunikator. Seorang komunikator akan mampu untuk melakukan perubahan sikap dan tingkah laku komunikan, yakni melalui mekanisme daya tarik komunikator terhadap komunikan. Hal ini dapat dicapai, jika dirinya mampu menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dan insentif. Dengan kata lain komunikan dan komunikator merasakan adanya kesamaan dalam ide, prinsip dan pandangan sehingga menimbulkan simpati komunikan pada komunikator.

²⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Cet. 27, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 253.

Seorang komunikator yang kredibel juga harus didukung dengan teknik komunikasi yang handal. Karena teknik adalah keterampilan. Terampil dalam melakukan komunikasi akan mendapatkan respon yang baik dari sasaran komunikasi. Menurut Onong Uchjana Efendi teknik komunikasi terdiri atas:

1. Komunikasi informatif (*informatif communication*)

Komunikasi Informasi (*Informatif communication*) adalah suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya. Teknik komunikasi ini berdampak kognitif pasalnya komunikasi hanya mengetahui saja. Seperti halnya dalam penyampaian berita dalam media cetak maupun elektronik, pada teknik informatif ini berlaku komunikasi satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, medianya menimbulkan keserempakan, serta komunikannya heterogen.

Biasanya teknik *informatif* yang digunakan oleh media bersifat asosiasi, yaitu dengan cara menumpangkan penyajian pesan pada objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Kendatipun demikian teknik informatif ini dapat pula berlaku pada seseorang, seperti halnya kajian ilmu yang diberikan oleh ustadz kepada santri, namun bersifat relatif, pasalnya pada kajian ilmu tertentu, sedikit banyak telah diketahui oleh santri.

2. Komunikasi persuasif (*persuasif communication*).

Keberhasilan komunikasi ditentukan oleh kemampuan kita untuk mempersuasi orang lain sehingga apa yang diinginkan dapat terjawab.³⁰ Salah satu bentuk komunikasi paling mendasar adalah persuasi. Persuasi

³⁰ Liliweri, *Komunikasi*, hlm.131.

didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain.³¹ 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, yang mengandung sifat-sifat manusiawi sehingga mengakibatkan kesadaran dan kerelaan yang disertai perasaan senang. Persuasi adalah upaya untuk meyakinkan atau menanamkan pengaruh kepada orang lain dengan cara membujuk sehingga orang lain itu bersedia menerima pesan dan melakukan tindakan seperti yang dikehendaki.³²

Komunikasi persuasif terdapat unsur-unsur sebagai berikut: adanya bentuk atau model, penguatan dan perubahan tanggapan serta termasuk didalamnya adalah sikap, emosi, kehendak dan perilaku. Komunikasi persuasif adalah suatu pesan yang disampaikan dengan menggunakan pendekatan pribadi, bersifat ajakan dan tidak memaksa kepada orang lain sehingga komunikan (penerima pesan) dengan penuh kesadaran memahami dan merubah sikap sesuai yang diharapkan komunikator. Komunikasi persuasif menurut pengertian di atas memiliki indikator memberi pesan konstruktif positif dan komunikatif, responsive, kritis, menghargai orang lain, menjalin keakraban, meyakinkan orang lain.

Agar komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu

³¹ Warner J severin, James W Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode Terapan di dalam Media Massa Edisi Kelima*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 177.

³² Muhammad Shoelhi, *Komunikasi Interpersonal Perspektif Jurnalistik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009), hlm. 19.

dilakukan perencanaan yang matang dengan mempergunakan komponen-komponen ilmu komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, dan komunikan. Sehingga dapat terciptanya pikiran, perasaan, dan hasil pengindraannya terorganisasi secara mantap dan terpadu. biasanya teknik ini efektif, komunikan bukan hanya sekedar tahu, tapi tergerak hatinya dan menimbulkan perasaan tertentu dan terpengaruh.

3. Komunikasi instruktif/koersif (*instructive/ coersive communication*)

Komunikasi yang bersifat koersif dapat berbentuk perintah, instruksi, dan bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi. Teknik komunikasi berupa perintah, ancaman, sanksi dan lain-lain yang bersifat paksaan, sehingga orang-orang yang dijadikan sasaran komunikan melakukannya secara terpaksa, biasanya teknik komunikasi seperti ini bersifat *fear arousing*, yang bersifat menakut-nakuti atau menggambarkan resiko yang buruk, serta tidak luput dari sifat *red-herring*, yaitu *interest* atau muatan kepentingan untuk meraih kemenangan dalam suatu konflik, perdebatan dengan menepis argumentasi yang lemah kemudian dijadikan untuk menyerang lawan.³³ Bagi seorang diplomat atau tokoh politik teknik tersebut menjadi senjata andalan dan sangat penting untuk mempertahankan diri atau menyerang secara diplomatis.

Dalam interaksi sosial manusia biasanya digunakan beberapa teknik pendekatan

³³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 91.

yaitu pendekatan emosional (*emosional approach*) dan pendekatan social budaya (*socio-cultur approach*). Pendekatan emosional. Dalam hubungan ini komunikator mempertaruhkan kepercayaan komunikan terhadap fakta pesan yang disampaikan, maka teknik ini berujung *pay off* atau *reward*, yaitu bujukan atau rayuan dengan cara mengiming-imingi komunikan dengan hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan. Pada umumnya *emotional approach* ini menggunakan konseling sebagai senjata yang ampuh, baik secara langsung maupun tidak langsung, hal ini bertujuan agar pesan bisa secara langsung menyentuh perasaan komunikan.

Kemudian pendekatan sosial budaya. Salah satu tujuan komunikasi adalah tersampainya pesan dari komunikator kepada komunikan, maka dianjurkan bagi komunikator terlebih dahulu memahami perilaku social serta budaya masyarakat setempat yang akan menjadi komunikan. hal ini bertujuan agar komunikan, lebih memahami serta tidak merasa tersinggung oleh pesan yang disampaikan oleh komunikator, selain hal tersebut masyarakat yang menjadi komunikan tidak dapat terlepas dari budaya.

Teknik secara sederhana adalah gambaran yang dirancang untuk mewakili kenyataan.³⁴ Teknik adalah representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. Definisi lain dari teknik adalah, suatu gambaran yang sistematis dan abstrak yang menggambarkan potensi-potensi tertentu yang berkaitan dengan berbagai aspek dari suatu proses.³⁵

³⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 59.

³⁵ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 37.

Teknik dibangun agar kita dapat mengidentifikasi, menggambarkan atau mengkategorisasikan komponen-komponen yang relevan dari suatu proses. Sebuah teknik dapat dikatakan sempurna, jika ia mampu memperlihatkan semua aspek yang mendukung terjadinya suatu proses. Misalnya, dapat menunjukkan keterkaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya dalam suatu proses dan keberadaannya dapat ditunjukkan secara nyata.³⁶

Teknik komunikasi tidak sama dengan fenomena komunikasi. Teknik adalah alat untuk menjelaskan atau untuk mempermudah penjelasan komunikasi. Menurut Sereno dan Mortensen, suatu teknik komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model disebut juga sebagai gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori, atau dengan perkataan lain, model adalah teori yang lebih disederhanakan.³⁷

Teknik komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Penyajian teknik dalam bagian ini dimaksudkan untuk mempermudah memahami proses komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu ada dalam suatu komunikasi.³⁸

Gordon Wiseman dan Larry Barker menyebutkan tiga fungsi pentingnya teknik komunikasi, yaitu:

1. Melukiskan proses komunikasi.

³⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 40.

³⁷ Riswandi, *Ilmu Komunikasi Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 38.

³⁸ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 5.

2. Menunjukkan hubungan *visual*.
3. Membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.³⁹

Menggunakan pendapat Raymond S. Ross, teknik komunikasi memberikan penglihatan yang lain, berbeda dan lebih dekat; model menyediakan kerangka rujukan, menyoroti kesenjangan informasional, menyoroti problem abstraksi, dan menyatakan suatu problem dalam bahasa simbolik bila terdapat peluang untuk menggunakan gambar atau simbol.

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam buku *Human Communication* menjelaskan 3 model komunikasi :

Pertama, teknik komunikasi *linier*, yaitu model komunikasi satu arah (*one-way view of communication*). Di mana komunikator memberikan suatu stimulus dan komunikan memberikan respons atau tanggapan yang diharapkan, tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi. Seperti, teori jarum hipodermik (*hypodermic needle theory*), asumsi-asumsi teori ini yaitu ketika seseorang memersuasi orang lain, maka ia “menyuntikkan satu ampul” persuasi kepada orang lain itu, sehingga orang lain tersebut melakukan apa yang ia kehendaki.⁴⁰

Kedua, teknik komunikasi dua arah adalah model komunikasi interaksional, merupakan kelanjutan dari pendekatan *linier*. Pada model ini, terjadi komunikasi umpan balik (*feedback*) gagasan. Ada pengirim (*sender*) yang mengirimkan informasi dan ada penerima (*receiver*) yang melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan

³⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2007), hlm. 133.

⁴⁰ M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 258.

respons balik terhadap pesan dari pengirim (*sender*). Dengan demikian, komunikasi berlangsung dalam proses dua arah (*two-way*) maupun proses peredaran atau perputaran arah (*cyclical process*), sedangkan setiap partisipan memiliki peran ganda, di mana pada satu waktu bertindak sebagai *sender*, sedangkan pada waktu lain berlaku sebagai *receiver*, terus seperti itu sebaliknya.⁴¹

Ketiga, teknik komunikasi transaksional, yaitu komunikasi hanya dapat dipahami dalam konteks hubungan (*relationship*) di antara dua orang atau lebih. Proses komunikasi ini menekankan semua perilaku adalah komunikatif dan masing-masing pihak yang terlibat dalam komunikasi memiliki konten pesan yang dibawanya dan saling bertukar dalam transaksi.⁴²

Beberapa teknik komunikasi yang sangat umum dibicarakan dalam ilmu komunikasi yaitu:

1. Teknik S-R (Stimulus-Respons)

Teknik *Stimulus-Respons* (S-R) adalah teknik komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran *behavioristik*. Teknik tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respons.⁴³ Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana.

Bila seorang lelaki berkedip kepada seorang wanita, dan wanita itu kemudian tersipu malu, atau bila saya tersenyum dan kemudian anda membalas senyuman saya, itulah pola S-R. Jadi teknik S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu

⁴¹ Bungin, *Sosiologi*, hlm. 258.

⁴² *Ibid*, hal. 258.

⁴³ Mulyana, *Ilmu*, hlm. 143.

akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Oleh karena itu anda dapat menganggap proses ini sebagai pertukaran atau pemindahan informasi atau gagasan. Proses ini dapat bersifat timbal-balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya.

Sebagai contoh, ketika seseorang yang anda kagumi atau menarik perhatian anda tersenyum kepada anda ketika berpapasan di jalan, boleh jadi anda akan membalas senyumannya, karena anda merasa senang. Pada gilirannya, merasa mendapatkan sambutan, orang tadi bertanya kepada anda, (mau ke mana?) lalu anda menjawab, (mau kuliah). Ia pun melambaikan tangan ketika berpisah, dan anda membalas dengan lambaian tangan pula. Di kampus, masih mengenang peristiwa sebelumnya yang menyenangkan, anda juga tersenyum-senyum kepada orang lain dan mendapatkan tanggapan dari teman anda, (kok kamu tampak bahagia sekali, sih). Begitulah seterusnya.⁴⁴

Pola S–R ini dapat pula berlangsung negatif, misalnya orang pertama menatap orang kedua dengan tajam, dan orang kedua balik menatap, menunduk malu, memalingkan wajah, atau membentak, (apa lihat-lihat? Nantang, ya?) atau, orang pertama melotot dan orang kedua ketakutan.

Teknik S–R mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia. Secara implisit ada asumsi dalam teknik S–R ini bahwa perilaku (*respons*) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis; manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (*stimulus*), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemauan bebasnya. Teknik ini lebih

⁴⁴ Mulyana, *Ilmu*, hlm. 144.

sesuai bila diterapkan pada sistem pengendalian suhu udara alih-alih pada perilaku manusia.⁴⁵

2. Teknik Lasswell

Salah satu teknik komunikasi yang tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu adalah Teknik komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, seorang ahli ilmu politik dari *Yale University*. Dia menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi, yaitu *who* (siapa), *says what* (mengatakan apa), *in which* medium atau dalam media apa, *to whom* atau kepada siapa, dan dengan *what effect* atau apa efeknya.⁴⁶

Bila dilihat lebih lanjut maksud dari teknik Lasswell ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan *who* tersebut adalah menunjuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan.⁴⁷

Pertanyaan kedua adalah *says what* atau apa yang dikatakan. Pertanyaan ini adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Umumnya kita menanyakan pertanyaan ini dalam pemikiran kita dalam berkomunikasi. Kadang-kadang orang perlu mengorganisir lebih dahulu apa yang akan disampaikan sebelum mengkomunikasikannya. Isi yang dikomunikasikan ini kadang-kadang sederhana dan kadang-kadang sulit dan kompleks. Misalnya yang sederhana seorang pimpinan menyuruh karyawannya untuk

⁴⁵ Mulyana, *Ilmu*, hlm. 145.

⁴⁶ Muhammad, *Komunikasi*, hlm. 5.

⁴⁷ *Ibid*, hlm. 6.

datang rapat pada hari tertentu. Contoh isi pesan yang agak sulit misalnya menjelaskan kepada karyawan mengenai pengelolaan informasi dengan menggunakan komputer.⁴⁸

Pertanyaan ketiga adalah *to whom*. Pertanyaan ini maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima dari komunikasi. Atau dengan kata lain kepada siapa komunikator berbicara atau kepada siapa pesan yang ia ingin disampaikan diberikan. Hal ini perlu diperhatikan karena penerima pesan ini, berbeda dalam banyak hal misalnya, pengalamannya, kebudayaannya, pengetahuannya dan usianya. Kita tidak akan menggunakan cara yang sama dalam berkomunikasi kepada anak-anak dan berkomunikasi kepada orang dewasa. Jadi, dalam berkomunikasi siapa pendengarnya perlu dipertimbangkan.⁴⁹

Pertanyaan yang keempat adalah *through what* atau melalui media apa. Yang dimaksudkan dengan media adalah alat komunikasi, seperti berbicara, gerakan badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku dan gambar. Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua media cocok untuk maksud tertentu. Kadang-kadang suatu media lebih efisien digunakan untuk maksud tertentu tetapi untuk maksud yang lain tidak.⁵⁰

Pertanyaan terakhir dari teknik Lasswell ini adalah *what effect* atau apa efeknya dari komunikasi tersebut. Misalnya: sebuah sekolah swasta membuat iklan untuk mengkomunikasikan bahwa mereka akan menerima murid baru. Sesudah iklan ini disiarkan beberapa hari, sudah berapa orangkah yang telah mendaftar untuk

⁴⁸ Muhammad, *Komunikasi*, hlm. 6.

⁴⁹ *Ibid*, hlm. 6.

⁵⁰ *Ibid*, hlm. 7.

menjadi murid. Jumlah orang yang mendaftar ini adalah merupakan efek dari komunikasi.⁵¹

Pertanyaan mengenai efek komunikasi ini dapat menanyakan 2 hal yaitu apa yang ingin dicapai dengan hasil komunikasi tersebut dan kedua, apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi. Akan tetapi perlu diingat, bahwa kadang-kadang tingkah laku seseorang tidak hanya disebabkan oleh faktor hasil komunikasi tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain.⁵²

3. Teknik Aristoteles

Teknik Aristoteles adalah model komunikasi paling klasik. Teknik ini sering disebut teknik retorik (*rhetorical Teknik*). Aristoteles adalah filosof Yunani yang paling awal mengkaji komunikasi. Ia adalah yang pertama kali merumuskan teknik komunikasi verbal. Menurut Aristoteles, komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Ia mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi, yaitu *speaker*, *message*, dan *listener*.⁵³

Fokus komunikasi yang ditelaah Aristoteles adalah komunikasi retorik, yang kini lebih dikenal dengan komunikasi publik (*public speaking*) atau pidato. Pada masa itu, seni berpidato memang merupakan keterampilan penting yang digunakan di pengadilan dan di majlis *legislatur* dan pertemuan-pertemuan masyarakat. Oleh

⁵¹ Muhammad, *Komunikasi*, hlm. 7.

⁵² *Ibid*, hlm. 7.

⁵³ Mulyana, *Ilmu*, hlm. 145.

karena semua bentuk komunikasi publik melibatkan persuasi, Aristoteles tertarik menelaah sarana persuasi yang paling efektif dalam pidato.⁵⁴

Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh siapa anda (etos-keterpercayaan anda), argumen anda (*logos*-logika dalam pendapat anda), dan dengan memainkan emosi khalayak (*pathos*-emosi khalayak). Dengan kata lain, faktor-faktor yang memainkan peran dalam menentukan efek persuasif suatu pidato meliputi isi pidato, susunannya, dan cara penyampaiannya. Aristoteles juga menyadari peran khalayak pendengar. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan oleh pidato itu ke dalam suatu keadaan emosi tertentu.⁵⁵

4. Teknik Shanon dan Weaver

Salah satu teknik awal komunikasi dikemukakan Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 dalam buku *The Mathematical Theory of Communication*. Teknik yang sering disebut model matematis atau model teori informasi itu mungkin adalah model yang pengaruhnya paling kuat atas teknik dan teori komunikasi lainnya. Shannon adalah seorang insinyur pada *Bell Telephone* dan ia berkepentingan dengan penyampaian pesan yang cermat melalui telepon. Weaver mengembangkan konsep Shannon untuk menerapkannya pada semua bentuk komunikasi.⁵⁶

Teknik Shannon dan Weaver ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model itu melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seorang penerima yang menyandi-balik atau mencipta-ulang pesan tersebut.

⁵⁴ Mulyana, *Ilmu*, hlm. 146.

⁵⁵ *Ibid*, hlm. 146.

⁵⁶ *Ibid*, hlm. 149.

Dengan kata lain, teknik Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (*channel*) adalah medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari *transmitter* ke penerima (*receiver*). Dalam percakapan, sumber informasi ini adalah otak, transmitternya adalah mekanisme suara yang menghasilkan sinyal (kata-kata terucap), yang ditransmisikan lewat udara (lewat saluran).⁵⁷

5. Teknik Schramm

Wilbur Schramm membuat serangkaian teknik komunikasi, dimulai dengan teknik komunikasi manusia yang sederhana, lalu model yang lebih rumit yang memperhitungkan pengalaman dua individu yang mencoba berkomunikasi, hingga ke teknik komunikasi yang dianggap interaksi dua individu. Teknik pertama mirip dengan model Shannon dan Weaver. Dalam teknik nya yang kedua Schramm memperkenalkan gagasan bahwa kesamaan dalam bidang pengalaman sumber dan sasaran-lah yang sebenarnya dikomunikasikan, karena bagian sinyal itulah yang dianut sama oleh sumber dan sasaran. Teknik ketiga Schramm menganggap komunikasi sebagai interaksi dengan kedua pihak yang menyandi, menafsirkan, menyandi-balik, mentransmisikan dan menerima sinyal. Di sini kita melihat umpan balik dan lingkaran yang berkelanjutan untuk berbagi informasi.⁵⁸

Menurut Wilbur Schramm, komunikasi senantiasa membutuhkan setidaknya tiga unsur: sumber (*source*), pesan (*message*), dan sasaran (*destination*). Sumber

⁵⁷ Mulyana, *Ilmu*, hlm. 149.

⁵⁸ *Ibid*, hlm. 151.

boleh jadi seorang individu (berbicara, menulis, menggambar, memberi isyarat) atau suatu organisasi komunikasi (seperti sebuah surat kabar, penerbit, stasiun televisi, atau studio film). Pesan dapat berbentuk tinta pada kertas, gelombang suara di udara, impuls dalam arus listrik, lambaian tangan, bendera di udara, atau setiap tanda yang dapat ditafsirkan. Sasarannya mungkin seorang individu yang mendengarkan, menonton atau membaca; atau anggota suatu kelompok, seperti kelompok diskusi, khalayak pendengar ceramah, kumpulan penonton sepakbola, atau anggota khalayak media massa.⁵⁹

6. Teknik Newcomb

Theodore Newcomb memandang komunikasi dari *perspektif* psikologi-sosial. Dalam Teknik Newcomb, komunikasi adalah suatu cara yang lazim dan efektif yang memungkinkan orang-orang mengorientasikan diri terhadap lingkungan mereka. Teknik ini mengisyaratkan bahwa setiap sistem apapun mungkin ditandai oleh suatu keseimbangan kekuatan-kekuatan dan bahwa setiap perubahan dalam bagian manapun dari sistem tersebut akan menimbulkan suatu ketegangan terhadap keseimbangan atau simetri, karena ketidakseimbangan atau kekurangan simetri secara psikologis tidak menyenangkan dan menimbulkan tekanan internal untuk memulihkan keseimbangan.⁶⁰

7. Teknik Berlo

Teknik lain yang dikenal luas adalah teknik David K. Berlo, yang ia kemukakan pada tahun 1960. Teknik ini dikenal dengan Teknik SMCR, kepanjangan

⁵⁹ Mulyana, *Ilmu*, hlm. 152.

⁶⁰ *Ibid*, hlm. 155.

dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Sebagaimana dikemukakan Berlo, sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan ke dalam kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat; saluran adalah medium yang membawa pesan; dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

Berlo juga menggambarkan kebutuhan penyandi (*encoder*) dan penyandi-balik (*decoder*) dalam proses komunikasi. *Encoder* bertanggung jawab mengekspresikan maksud sumber dalam bentuk pesan. Dalam situasi tatap-muka, fungsi penyandian dilakukan lewat mekanisme vokal dan sistem otot sumber yang menghasilkan pesan verbal dan nonverbal. Akan tetapi, mungkin juga terdapat seorang lain yang menyandi pesan. Misalnya, Menteri Sekretaris Negara dapat berfungsi sebagai penyandi dalam konferensi pers. Senada dengan itu, penerima membutuhkan penyandi-balik untuk menerjemahkan pesan yang ia terima. Dalam kebanyakan kasus, penyandi-balik adalah perangkat keterampilan indrawi penerima.⁶¹

C. Pengertian dan Karakter Dai

Dai merupakan subjek dakwah, Subjek dalam ilmu dakwah memiliki istilah tersendiri, dan demikian juga dalam disiplin ilmu lainnya. Dalam ilmu komunikasi, disebut sebagai komunikator. Menurut Jum'ah Amin Abd al-Aziz, bahwa dai adalah orang yang berusaha untuk mengajak manusia dengan kata dan perbuatan kepada Islam dan menerapkan *manhaj* alquran, meyakini akidah tauhid dan melaksanakan

⁶¹ Mulyana, *Ilmu*, hlm. 162.

syariat-Nya.⁶² Dai juga salah satu faktor dalam kegiatan dakwah yang menempati posisi yang sangat penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya kegiatan dakwah.

Setiap muslim yang hendak menyampaikan dakwah khususnya juru dakwah profesional seyogianya memiliki kepribadian yang baik untuk menunjang keberhasilan dakwah, apakah kepribadian yang bersifat rohaniah (psikologis) atau kepribadian yang bersifat fisik. Sosok dai yang memiliki kepribadian sangat tinggi dan tak pernah kering digali adalah pribadi Rasulullah SAW. Ketinggian kepribadian Rasulullah SAW dapat dilihat dari pernyataan Alquran, pengakuan Rasulullah SAW sendiri, dan kesaksian sahabat yang mendampinginya.⁶³ Hal ini Allah isyaratkan dalam firman-Nya surah Al-Ahzab ayat 21 :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ
كَثِيرًا

Artinya:

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah”.⁶⁴

Aisyah pernah ditanya tentang akhlak nabi, ia menjawab akhlak nabi adalah al-Quran. Oleh karena itu, bagi setiap dai hendaklah menjadikan Alquran sebagai

⁶² Abdullah, *Dakwah Kultural Dan Struktural*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012), hlm. 86.

⁶³ Faizah & Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 89-90.

⁶⁴ Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Surabaya: Lintas Media, 2002), hlm. 595.

pedoman untuk dapat menggali nilai-nilai keluhuran dan kebaikan sehingga tingkah laku dan perkataannya merupakan cerminan dari nilai-nilai ilahiah tersebut. Di samping itu, seorang dai hendaklah mengambil pelajaran dari Rasulullah dan para sahabat serta para ulama sholeh terdahulu yang telah berjuang menegakkan nilai-nilai luhur yang ada dalam ajaran Islam.

Hamka berpendapat bahwa dai harus memiliki 11 persyaratan berikut ⁶⁵ : Memiliki pengetahuan yang sempurna tentang sumber dasar ajaran Islam, yaitu Alquran dan Hadis. Selain itu, berpengetahuan tentang sejarah Nabi dan sahabat serta kehidupan ulama salaf. Memahami kondisi umat atau masyarakat yang didakwahnya.

Pemahaman tersebut adalah penting sebagai dasar yang dipegang untuk da'i untuk membuat perencanaan dakwah. Dalam istilah lain, hal itu disebut dengan peta dakwah. Memahami sejarah serta adat istiadat masyarakat secara umum. Memahami tentang ilmu bumi atau geografis. Hal ini akan memudahkan berdakwah antar daerah dengan negara, karena wilayah dakwah tidak ada batasnya.

Memahami ilmu jiwa untuk memudahkan pendekatan kepada individu dan masyarakat. Menguasai ilmu akhlak, dan dai harus berakhlak mulia. Keberhasilan dakwah banyak ditentukan oleh akhlak dan kepribadian dai. Menguasai sosiologi karena posisi ilmu tersebut sangat membantu dai dalam memahami struktur dan pola interaksi suatu masyarakat.

Memahami ilmu politik, karena pendekatan dakwah harus disesuaikan dengan kondisi politik suatu negara. Menguasai bahasa masyarakat sebagai sasaran dakwah.

⁶⁵ Abdullah, *Dakwah*, hlm. 87.

Hal ini telah dipraktekkan oleh para dai pada masa Nabi Muhammad. Memahami budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Memahami ilmu perbandingan agama dan perbandingan mazhab. Kedua ilmu tersebut dapat membantu dai dalam menghadapi sasaran dakwah, baik dalam kalangan internal maupun eksternal.

Hamka mengatakan bahwa tujuan diutus Nabi Muhammad Saw. adalah menjadi rahmat bagi seluruh isi alam, maka dai sebagai penerus risalah Islam harus menanam nilai rahmat pada diri sendiri terlebih dahulu. Dakwah akan berhasil jika pada diri dai ada rasa rahmat saat menghadapi orang banyak di mana saja dan kapan saja.

Hamka sangat menekankan akhlak para dai. Akhlak dai sangat menentukan kesuksesan dakwah. Akhlak dai merupakan hal yang amat penting. Selain itu, dai juga harus memiliki sifat ikhlas, *tawadhu'*, rendah hati, lembut, pemaaf dan sabar. Sebab dalam aktivitas dakwah banyak kontradiksi dan tantangan dakwah.

Aktivitas dakwah bukanlah untuk menunjukkan popularitas pribadi dai, melainkan berdakwah karena Allah semata. Pada dasarnya akhlak dai harus terlihat dalam kehidupan rumah tangga dan dalam pergaulan dengan tetangga dan masyarakat.⁶⁶

D. Pengertian dan Kedudukan Zakat

Zakat menurut bahasa berarti berkah, bersih, dan berkembang. Dinamakan berkah, karena dengan membayar zakat, hartanya akan bertambah atau tidak berkurang, sehingga akan menjadikan hartanya tumbuh laksana tunas-tunas pada

⁶⁶ Abdullah, *Dakwah*, hlm. 88-89.

tumbuhan karena karunia dan keberkahan yang diberikan Allah SWT kepada seorang *muzzaki*.

Dinamakan bersih, karena dengan membayar zakat, harta dan dirinya menjadi bersih dari kotoran dan dosa yang menyertainya yang disebabkan oleh harta yang dimilikinya tersebut. Adanya hak-hak orang lain menempel padanya. Maka apabila tidak dikeluarkan zakatnya, harta tersebut mengandung hak-hak orang lain, yang apabila kita menggunakannya atau memakannya berarti kita telah memakan harta haram, karena di dalamnya terkandung milik orang lain. Makna bersih (*thaharah*), bisa kita lihat dalam firman Allah SWT QS. At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ
وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui”.⁶⁷

Zakat menurut terminologi adalah sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk diberikan kepada orang yang berhak menerima zakat (*mustahiq*) yang disebutkan di dalam Alquran. Zakat terkadang disebut dengan kata *shadaqah*, sehingga zakat bermakna *shadaqah* dan *shadaqah* bermakna zakat.

⁶⁷ Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, hlm. 273.

Lafaznya berbeda, namun memiliki makna yang sama.⁶⁸ Makna ini di antaranya bisa ditemui di dalam alquran surah At-Taubah ayat 60 :

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Artinya:

“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, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana”.⁶⁹

Sebahagian ulama fikih mengatakan bahwa shadaqah wajib dinamakan zakat, sedangkan shadaqah sunah dinamakan infak. Sebagian lain mengatakan bahwa infak wajib dinamakan zakat, sedangkan infak sunah dinamakan shadaqah.

Zakat adalah rukun ketiga dari rukun Islam yang lima. Zakat, hukumnya wajib 'ain (*fardhu 'ain*) bagi setiap muslim apabila telah memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh syariat. Syarat-syarat tersebut adalah :

1. Milik sempurna adalah kemampuan pemilik harta mentransaksikan barang miliknya tanpa campur tangan orang lain pada waktu datangnya kewajiban membayar zakat. Hal ini disyaratkan karena pada dasarnya zakat berarti

⁶⁸ Kurnia, *Panduan*, hlm. 3.

⁶⁹ Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, hlm. 264.

pemilikan dan pemberian untuk orang yang berhak, ini tidak akan terealisasi kecuali pemilik harta betul-betul memiliki harta tersebut secara sempurna.

2. Berkembang secara riil atau estimasi adalah pertambahan akibat perkembangan atau perdagangan. Sedangkan yang dimaksud dengan pertumbuhan estimasi adalah harta yang nilainya mempunyai kemungkinan bertambah, seperti emas, perak, dan mata uang yang semuanya mempunyai kemungkinan pertambahan nilai dengan memperjual belikannya.⁷⁰
3. Sampai nishab adalah sejumlah harta yang mencapai jumlah tertentu yang ditentukan secara hukum, yang mana harta tidak wajib dizakati jika kurang dari ukuran tersebut. Syarat ini berlaku, seperti pada uang, emas, perak, barang dagangan, hasil pertanian dan hewan ternak.
4. Melebihi kebutuhan pokok. Harta tersebut merupakan kelebihan dari nafkah kebutuhan asasi bagi kehidupan muzaki dan orang yang berada di bawah tanggungannya, seperti istri, anak, pembantu, dan asuhannya. Artinya, bahwa muzaki harus mencapai batas kecukupan hidup (*had al-kifayah*), maka bagi orang yang berada di bawah batas tersebut tidak ada kewajiban zakat bagi mereka.
5. Tidak terjadi zakat ganda. Apabila suatu harta telah dibayar zakatnya, kemudian harta tersebut berubah bentuk, seperti hasil pertanian yang telah dizakati kemudian hasil panen tersebut dijual dengan harga tertentu, atau kekayaan ternak yang telah dizakati kemudian dijual dengan harga tertentu.

⁷⁰ Kurnia, *Panduan*, hlm. 13.

Dalam hal ini, harga penjualan barang yang telah dizakati maka di akhir haul tidak wajib dizakati lagi agar tidak terjadi zakat ganda pada satu jenis harta.

6. Cukup *Haul* (genap satu tahun). *Haul* adalah perputaran harta satu nishab dalam 12 bulan Qomariyah (Hijriah). Harta yang tunduk kepada zakat tersebut telah dimiliki selama satu haul secara sempurna. Namun jika terdapat kesulitan akuntansi, karena biasanya anggaran dibuat berdasarkan tahun syamsiah (Masehi), maka boleh dikalkulasikan berdasarkan tahun syamsiah dengan penambahan kadar zakat (harga zakat) yang wajib dibayar, dari 2,5% menjadi 2,575% sebagai akibat kelebihan hari bulan syamsiah dari bulan Qomariyah. Begitu pun dengan harta karun; barang temuan (*rikaz*), ia tidak disyaratkan haul, tetapi dizakati ketika mendapatkan harta tersebut.

Asnaf Zakat adalah orang-orang yang berhak menerima zakat, penegasan adanya asnaf zakat ini dijelaskan Qs. At-Taubah ayat 60, yang mencantumkan delapan golongan yang berhak menerima zakat yaitu ⁷¹:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي
الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ
حَكِيمٌ ﴾

Artinya:

“Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk

⁷¹ Nispul Khoiri, *Hukum Perzakatan Di Indonesia*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), hlm. 63.

(memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana”.⁷²

Fakir dalam tafsir *mufradat*, Ahmad Musthafa al-maraghi, fakir diartikan orang yang mempunyai harta sedikit tidak mencapai nisab.⁷³ Sayyid Quthb, orang fakir adalah orang-orang yang mendapat penghasilan tetapi tidak mencukupi kebutuhannya.⁷⁴

Menurut ulama Syafiiyah dan Hanabilah, fakir adalah orang yang tidak memiliki harta dan pekerjaan yang dapat mencukupi kebutuhannya. Dia juga tidak mempunyai pasangan (suami atau isteri), orang tua dan keturunan yang dapat mencukupi kebutuhannya dan menafkahnya.

Makanan, pakaian dan tempat tinggalnya tidak tercukupi, seperti orang yang membutuhkan sepuluh, namun dia hanya mempunyai tiga. Sekalian dia dalam keadaan sehat meminta-minta kepada orang atau dia mempunyai tempat tinggal dan pakaian ia gunakan.⁷⁵ Menurut ulama Syafiiyah dan Hanabilah, orang fakir lebih buruk keadaannya dibandingkan orang miskin.

Orang fakir adalah orang yang tidak mempunyai harta dan pekerjaan sama sekali, atau orang yang memiliki harta dan berpenghasilan lebih sedikit dari separuh kebutuhan dirinya sendiri dan orang yang menjadi tanggungannya, tanpa adanya

⁷² Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, hlm. 660.

⁷³ Ahmad Musthafa al-Maraghi, *Tafsir al-Maraghi*, Terj. Hery Noer Aly, (Semarang: Toha Putra, 1992), hlm. 240.

⁷⁴ Sayyid Quthb, *Tafsir fi Zhilalil Quran*, Terj. As'ad Yasin, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hlm. 370.

⁷⁵ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 869.

pemborosan dan sikap kikir. Miskin menurut al-Maraghi adalah orang tidak punya, sehingga ia perlu meminta-minta untuk sandang dan pangannya.

Pendapat yang sama juga dikemukakan Amin Suma menafsirkan secara *mufradat al-masakin* adalah orang yang memiliki penghasilan tetap tidak mencukupi kebutuhan hidupnya. Berbagai kitab fiqh, ketika memaparkan indikator fakir dan miskin tidak jauh dari indikator ketidakmampuannya mencari nafkah, dimana dari hasil usaha tersebut belum bisa memenuhi kebutuhannya.

Dengan demikian yang ditekankan para Imam Mazhab melihat substansi miskin kepada: *Pertama*, ketidakmampuan pemenuhan kebutuhan materi. *Kedua*, ketidakmampuan dalam mencari nafkah. Kelompok fakir dikaitkan dengan kekosongan materi sedangkan kelompok miskin dikaitkan dengan penghasilan yang tidak mencukupi.

Amil Term “*amilun*” berasal dari Bahasa Arab adalah kata jamak (plural) dari *mufrad* (kata tunggal) dari kata “*amil*” yang secara harfiah berarti “para pekerja”. Ibn Katsir mengartikan amil adalah “orang-orang yang mengelola pengumpulan dan pembagian zakat”. Menurut Imam Syafii bahwa *amilun* adalah “orang-orang yang diangkat untuk memungut zakat dari pemilik-pemiliknya.

Penafsiran lafaz ayat “*al-amilina alaiha*” (Qs. At-Taubah ayat 60) diartikan “mereka yang melakukan pengelolaan zakat”, kata “*alaiha*” memberi kesan bahwa para pengelola itu melakukan kegiatan mereka dengan sungguh-sungguh dan mengakibatkan keletihan. Ini karena kata “*ala*” mengandung makna penguasaan dan kemantapan atas sesuatu.

Penggunaan rangkaian kedua kata itu untuk menunjukkan para pengelola, memberi kesan bahwa mereka berhak memperoleh bagian dari zakat karena dua hal. Pertama: karena upaya mereka yang berat. Kedua: karena upaya tersebut mencakup kepentingan shadakah. Muallaf artinya dibujuk hatinya, sementara menurut Quraish Shihab terdapat beberapa macam yang dapat diakomodir dalam kelompok ini.

Memiliki kecendrungan memeluk Islam, maka mereka dibantu. Mereka yang dikhawatirkan gangguannya terhadap Islam dan umatnya. Keduanya tidak diberi zakat tetapi harta rampasan. Adapun yang muslim terdiri: Mereka belum mantap imannya dan diharapkan bila diberi zakat semakin mantap.

Mereka mempunyai kedudukan dan berpengaruh dalam masyarakat dan diharapkan dengan memberinya akan berdampak positif terhadap yang lain. Mereka diberi dengan harapan berjihad melawan para pendurhaka atau melawan pembangkang zakat.

Riqab adalah bentuk jamak dari “*raqabah*” yang mulanya berarti “leher”. Makna ini berkembang kepada “hamba sahaya” Karena tidak jarang hamba sahaya berasal dari tawanan perang yang saat ditawan keadaan dibelenggu dengan mengikatnya ke leher mereka. Al-Maraghi, secara *mufradat* menafsirkan *fi-riqab*; untuk berinfak dalam menolong budak-budak, guna membebaskan mereka dari perbudakan.

Menurut Imam Malik, Ahmad dan Ishaq, *riqab* adalah budak biasa yang dengan pemberian zakat itu mereka dapat memerdekakan dirinya. Sedangkan menurut golongan as-Syafiiyah dan Hanafiyah, *riqab* adalah budak *mukatab*, yaitu

budak yang diberi kesempatan oleh tuannya untuk berusaha membebaskan dirinya dari tuannya, dengan membayar ganti rugi secara cicilan.

Al-Gharim “*gharim*” yang berarti orang yang berhutang atau dililit hutang sehingga tidak mampu membayarnya, walaupun yang bersangkutan memiliki kecukupan untuk kebutuhan hidupnya dan keluarganya. Orang yang berhutang karena melayani kepentingan masyarakat hendaknya diberikan zakat, untuk menutupi hutangnya walaupun orang tersebut sudah berkecukupan kehidupannya sendiri.

Sedangkan Yusuf Qaradawi mengatakan bahwa salah satu kelompok termasuk *gharimin* adalah kelompok yang ditimpa bencana dan musibah, sehingga harus mendapatkan bantuan kebutuhan diri dan keluarganya.

Fi-Sabilillah menurut bahasa aslinya, “*sabil*” artinya “*at-Thariq*”. Al-Maraghi menafsirkan *Fi-Sabilillah* di jalan untuk mencapai keridhaan dan pahala Allah seperti: orang-orang yang berperang, jamaah haji terputus perjalanannya dan mereka tidak mempunyai harta lahi dan para penuntut ilmu yang fakir.

Menurut Ibn Katsir *Fi-Sabilillah* adalah orang-orang yang dalam peperangan, sedangkan mereka tidak digaji oleh departemen/lembaga terkait. Menurut ulama Hanafiyah seperti Abu Yusuf menyatakan *Fi-Sabilillah* adalah sukarelawan jihad muslim yang kehabisan akomodasi dan perbekalan.

Ada tiga persoalan substansi tentang *Sabilillah*, yakni: mempunyai arti perang, pertahanan dan keamanan Islam. Kemudian mempunyai arti kepentingan keagamaan Islam. Berikutnya mempunyai arti kemaslahatan atau kepentingan umum. Untuk makna terakhir ini cukup terbuka luas memaknai *Sabilillah* kepada hal-hal

yang lebih beresonansi kemaslahatan dalam berbagai sektor mulai dari jihad politik, pendidikan, sosial, ekonomi, dan lainnya.

Ibn Sabil secara harfiah berarti anak jalanan. *Ibn Sabil* adalah kiasan untuk musafir (perantau), yaitu orang yang melakukan perjalanan dari satu daerah ke daerah lain. *Ibn Sabil* dalam alquran diilustrasikan sebagai suatu bentuk aktivitas yang sangat penting, karena Islam senantiasa merangsang untuk melakukan perjalanan dan berpergian dengan beragam motivasi yang ditunjukkan al-Qur'an.

Diantaranya berpergian untuk mencari rezeki dan menjemput rezeki, perjalanan untuk mencari ilmu, memperhatikan dan merenungkan tanda-tanda kekuasaan Allah di alam semesta, perjalanan untuk berperang dan berjuang di jalan Allah, perjalanan melaksanakan ibadah haji ke *Baitullah*.⁷⁶

Kewajiban berzakat bagi umat islam memiliki beberapa hikmah seperti yang tertulis dalam buku *Panduan Zakat Pintar*:⁷⁷ Sebagai perwujudan iman kepada Allah SWT, mensyukuri nikmat-Nya, menumbuhkan akhlak mulia dengan memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat kikir dan rakus, menumbuhkan ketenangan hidup sekaligus mengembangkan harta yang dimiliki.

Menolong, membantu dan membina kaum *dhu'afa* (orang yang lemah secara ekonomi) maupun mustahiq lainnya kearah kehidupannya yang lebih baik dan lebih sejahtera, sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan layak dan dapat beribadah kepada Allah.

⁷⁶ Wahbah, *Fiqh*, hlm. 64-86.

⁷⁷ *Ibid*, hlm. 47.

Sebagai sumber dana bagi pembangunan sarana maupun prasarana yang dibutuhkan oleh umat islam. Seperti sarana ibadah, pendidikan, kesehatan, sosial dan ekonomi, sekaligus sarana pengembangan kualitas sumber daya manusia (SDM) muslim. Untuk mewujudkan keseimbangan dalam kepemilikan dan distribusi harta, sehingga diharapkan akan lahir masyarakat makmur dan saling mencintai (*marhammah*). Menyebarkan dan memasyarakatkan etika bisnis yang baik dan benar.

Menghilangkan kebencian, iri dan dengki dari orang-orang sekitarnya kepada yang hidup berkecukupan, apalagi kaya raya serta hidup dalam kemewahan. Sementara, mereka tidak memiliki apa-apa dan tidak ada bantuan dari orang kaya kepadanya.

Dapat mensucikan diri dari dosa, memurnikan jiwa (*tazkiyatun nafs*), menumbuhkan akhlak mulia, murah hati, peka terhadap rasa kemanusiaan dan mengikis sifat bakhil atau kikir serta serakah. Menjadi unsur penting dalam mewujudkan keseimbangan dalam distribusi harta (*social distribution*), dan keseimbangan tanggung jawab individu dalam masyarakat.

Sebagai perwujudan solidaritas sosial, rasa kemanusiaan, pembuktian persaudaraan islam, pengikat persatuan umat dan bangsa, sebagai pengikat batin antara golongan kaya dengan golongan miskin dan sebagai penimbun jurang pemisah yang menjadi pemisah antara golongan yang kuat dan lemah.

Mewujudkan tatanan masyarakat yang sejahtera, dimana hubungan seseorang dengan yang lainnya menjadi rukun, damai, dan harmonis yang pada akhirnya dapat menciptakan situasi yang aman dan tentram lahir batin. Menunjang terwujudnya sistem kemasyarakatan islam yang berdiri atas prinsip – prinsip : *umatan wahidan*

(umat yang bersatu), *musawah* (umat yang memiliki persamaan derajat dan kewajiban), *ukhuwah islamiyah* (persaudaraan islam) dan *takaful ijtima'i* (sama-sama bertanggung jawab).⁷⁸

E. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang mendekati dengan penelitian ini yang berjudul Antara lain: Optimalisasi Pengelolaan Zakat Pada Badan Amil Zakat Daerah (Tinjauan Terhadap Badan Amil Zakat Daerah Kabupaten Muna Propinsi Sulawesi Tenggara), peneliti yaitu:

1. Budi Prayitno penelitian ini berangkat dari pemikiran banyaknya problem ekonomi yang dialami masyarakat khususnya Umat Islam yang sering dipandang dengan sebelah mata karena kemampuannya yang dianggap tidak representatif dalam membangun kekuatan ekonomi. Dengan melihat Islam muncul sebagai sistem nilai yang mewarnai perilaku ekonomi masyarakat Muslim kita. Dalam hal ini, zakat memiliki potensi strategis yang layak dikembangkan menjadi salah satu instrumen pemerataan pendapatan di Indonesia. Selama ini potensi zakat di Indonesia belum dikembangkan secara optimal dan belum dikelola secara profesional. Hal ini disebabkan belum efektifnya Lembaga Zakat yang menyangkut aspek pengumpulan administrasi, pendistribusian, monitoring serta evaluasinya. Dengan kata lain, Sistem Organisasi dan Manajemen Pengelolaan Zakat hingga kini dinilai masih bertaraf klasikal, bersifat konsumtif dan terkesan *Inefisiensi* sehingga kurang berdampak sosial yang berarti. Dengan alasan

⁷⁸ Kurnia, *Panduan*, hlm. 48-49.

tersebut maka sangatlah penting peran Pemerintah dalam mengatasi masalah zakat tersebut.

Melalui Lembaga Amil Zakat baik di Pusat maupun di Daerah diharapkan pengelolaan zakat dapat optimal. Peran Pemerintah dengan dikeluarkannya UU No. 38 Tahun 1999, tentang Pengelolaan Zakat telah membawa dampak positif bagi Umat Islam dalam mengelola zakat dari para muzakki. Sebagai tindak lanjut dari Undang-undang tersebut Kabupaten Muna telah mengeluarkan Perda Nomor 13 Tahun 2004 tentang Pengelolaan Zakat dan Infaq atau Shodaqoh Kabupaten Muna. Dengan Peraturan Daerah ini Pengelolaan Zakat di Kabupaten Muna lebih efektif dan berdaya guna.

Penelitian di atas sangat jauh berbeda dengan penelitian yang akan saya teliti, letak perbedaannya yaitu penelitian ini akan meneliti komunikasi dai Nahdlatul Ulama Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat masyarakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas. Penelitian ini akan melihat bagaimana komunikasi dan strategi dai dalam meningkatkan zakat masyarakat di desa Sosopan Kecamatan Sosopan Padang Lawas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang melihat objek, kondisi, dan gambaran secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta yang diselidiki dan hasilnya dapat dipergunakan untuk mengambil keputusan dimasa mendatang. Bogdan dan Biklen mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁷⁹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian pada skripsi ini adalah di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas. Pada Maret sampai dengan bulan April 2017.

C. Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan
1	Baharuddin Hasibuan	Dai Dan Pengurus NU
2	Muhammad Fauzan Hasibuan	Dai Dan Pengurus NU
3	Ahmad Yamin Hasibuan	Dai Dan Pengurus NU
4	Syahrin Siregar	<i>Muzzaki</i>
5	Ahmad Sayuti Lubis	<i>Muzzaki</i>
6	Abdurrahman Hasibuan	<i>Mustahiq</i>

⁷⁹ Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Citapustaka Media, 2006) hlm. 121.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam yaitu :

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang langsung diambil atau didapat dari objek utama penelitian yaitu dai Baharuddin Hasibuan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu buku-buku dan literatur-literatur yang masih ada hubungannya dengan tujuan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data peneliti melakukannya dengan :

1. Wawancara. bentuk wawancara yang digunakan peneliti adalah pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis-garis besar yang akan ditanyakan kepada informan ketika di lapangan. Peneliti dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan dimaksud demi untuk menggali data lebih dalam.
2. Observasi, pada penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan, peneliti tidak ikut langsung atau ikut serta dalam proses pengamatan. Namun disini peneliti menggunakan metode ini untuk mengamati secara tidak langsung tentang: Kondisi fisik dan non fisik NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas. Program kerja Koperasi NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang

Lawas dalam proses peningkatan jumlah nasabah, jumlah modal dan pengembangan usaha.

3. Studi Dokumentasi, yaitu mengadakan pengamatan terhadap dokumen-dokumen pendukung seperti: catatan-catatan dan arsip yang terdapat di kantor Nahdlatul Ulama Padang Lawas.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti berusaha memaparkan keadaan yang ada secara resmi, dari bentuk-bentuk komunikasi yang dilakukan oleh objek penelitian. Maka proses analisis data yang dilakukan adalah terus-menerus. Penyajian data yang diperoleh di lapangan secara apa adanya.

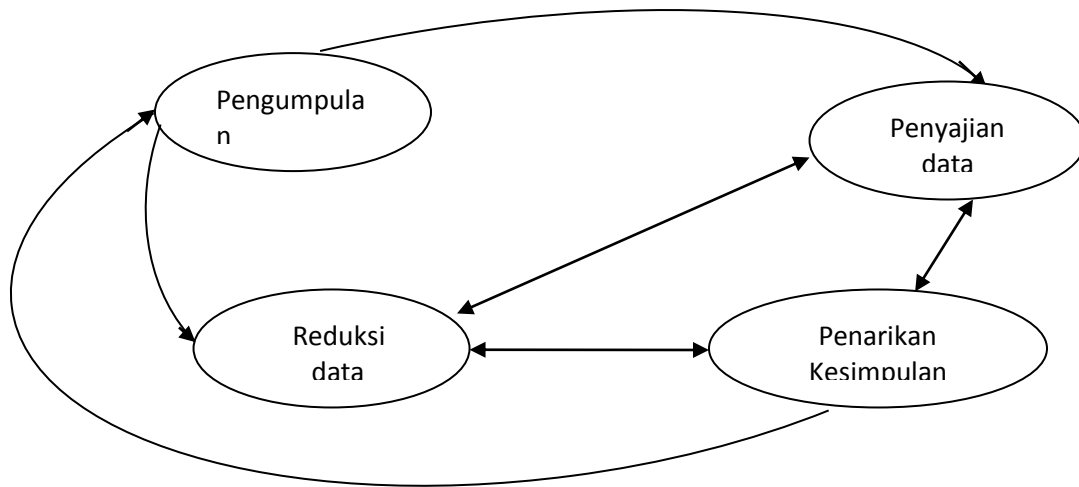
Analisis data yang dilakukan secara terus menerus sampai data yang dibutuhkan dalam penelitian ini tercapai. Teknik analisis data Matthew B.Miles dan A.Michael Huberman:

1. Pengumpulan data dengan melakukan wawancara.
2. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, membuang yang tidak perlu dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
3. Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian kita akan memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan, lebih jauh menganalisis

ataukah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut.

Penarikan kesimpulan dengan cara induktif, yaitu menarik kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus kepada yang bersifat umum.⁸⁰

Skema Teknik Analisis Data Matthew B.Miles dan A.Michael Huberman :



Gambar. Komponen-komponen Analisis Data: Model Interaktif

Dalam pandangan ini tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif. Peneliti harus siap bergerak di antara empat “sumbu” kumparan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan selama sisa waktu penelitiannya. misalnya, reduksi data, menjurus ke arah gagasan-gagasan baru guna dimasukkan ke dalam suatu matriks (penyajian data).

Pencatatan data mempersyaratkan reduksi data selanjutnya. Begitu matriks terisi, kesimpulan awal dapat ditarik, tetapi hal itu menggiring pada pengambilan

⁸⁰ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru)*, (Jakarta: UI-Press, 1992), hlm, 16-20.

keputusan misalnya untuk menambah kolom lagi pada matriks itu untuk dapat menguji kesimpulan tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun berdasarkan tentang penulisan yang sudah diteliti pada bab IV dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Adapun teknik komunikasi dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas yaitu menggunakan teknik komunikasi persuasif, dengan pendekatan program-program, agar termotivasi para muzzaki sehingga meningkatkan jumlah zakatnya.
2. Hambatan dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas yaitu munculnya kekhawatiran, was-was , ketidak percayaan muzzaki dengan program yang telah dibuat dai. Hambatan lainnya yaitu lebih besar jumlah mustahiq daripada orang yang memberikan zakat (*muzzaki*).
3. Hasil yang dicapai dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas yaitu tumbuhnya kesadaran untuk berzakat bagi seluruh masyarakat walaupun dia bukan muzzaki, ketika mempunyai rezeki lebih, mereka mau menyisihkan sedikit

rezekinya. Dibangunnya masjid di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas yang padat umat muslim kemudian disana tidak ada sarana ibadah pada masa itu.

B. Saran

Secara keseluruhan teknik komunikasi dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam meningkatkan kesadaran zakat di Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas sudah cukup baik, dan bisa diaplikasikan untuk:

1. Sumbangan pemikiran di bidang ilmu dakwah khususnya bagi kepentingan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU Medan. Yaitu sebagai tambahan literatur mengenai meningkatkan kesadaran zakat.
2. Bahan masukan kepada dai NU Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas dalam menyampaikan dakwah. Agar lebih memperhatikan teknik komunikasi dalam meningkatkan kesadaran zakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sayuti Lubis, Muzzaki, Wawancara Pribadi, di Masjid Al Ikhlas Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas, pada tanggal 19 Agustus 2017 pada pukul 17:00 WIB.
- Ahmad Yamin Hasibuan, Dai dan pengurus NU Desa Sosopan PALAS, Wawancara Pribadi, di kantor NU, pada tanggal 22 Agustus 2017 pada pukul 13:30 WIB.
- Abdullah, 2012, *Dakwah Kultural Dan Struktural*, Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Abdullah, 2001, *Wawasan Dakwah*, Medan: IAIN Press.
- Andy Corry, Morissan, Wardhani, dkk , 2013, *Teori Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Az-Zuhaili, Wahbah, 1989, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Damaskus: Dar al-Fikr.
- Baharuddin Hasibuan, Dai Dan Pengurus NU, Wawancara Pribadi, di kediamannya, pada tanggal 14 Agustus 2017 pada pukul 13:15 WIB.
- B. Miles, Matthew dan A. Michael Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru)*, Jakarta: UI-Press.
- Budyatna, Muhammad dan Leila Mona Ganiem, 2011, *Teori Komunikasi Antarprnadi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, M. Burhan, 2009, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied, 2010, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Departemen Agama RI, 2002 *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Surabaya: Lintas Media, 2002.

Di kutip dari arsip/catatan yang terdapat di kantor NU Desa Sosopan Kecamatan Kabupaten Padang Lawas. Pada tanggal 14 Agustus 2017 pada pukul 13:15 WIB.

Effendy, Onong Uchjana, 1984, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana, 1986, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya,

Effendy, Onong Uchjana, 2006, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Fu'ad, Muhammad Abdul Baqi, 1945, *al-Mu'jam al-Mufahras li al-Faz al-Quran*, Kaherah: Dar al-Kutub al-Misriyah

Harun, Rochajat & Elvinaro Ardianto, 2012, *Komunikasi Pembangunan & Perubahan Sosial: Perspektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis*, Jakarta: Rajawali Pers.

Ibn, Al-Hafizh Katsir, *Tafsir Ibn Katsir (Terj)*, Jakarta: Pustaka Imam Syafii, Jld IV

Faizah & Lalu Muchsin Effendi, 2009, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Kencana.

J severin, Warner James W Tankard, Jr, 2005, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode Terapan di dalam Media Massa Edisi Kelima*, Jakarta: Kencana.

Kurnia, Hikmat Hidayat, 2008, *Panduan Pintar Zakat*, Jakarta: Qultum Media

Khoiri, Nispul, 2012, *Hukum Perzakatan Di Indonesia*, Bandung: Citapustaka Media.

Khoiri, Nispul, 2014, *Metodologi Fikih Zakat Indonesia*, Bandung: Citapustaka Media..

Kholil, Syukur, 2006, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Citapustaka Media.

Liliweri Alo, 2011, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana.

Muhammad, Arni, 2009, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Muhammad Fauzan Hasibuan, Dai dan pengurus NU Desa Sosopan PALAS, Wawancara Pribadi, di rumahnya, pada tanggal 15 Agustus 2017 pada pukul 14:30 WIB.

Munzur, Ibn, 1990, *Lisan al- 'Arab*, Beirut: Dar al-Fikr: Jld 14.

Musthafa, Ahmad al-Maraghi, 1992, *Tafsir al-Maraghi*, Terj. Hery Noer Aly, Semarang: Toha Putra.

Mulyana, Deddy, 2007, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan, 2013, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Rakhmat, Jalaluddin, 2011, *Psikologi Komunikasi*, Cet. 27, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin, 2012, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Riswandi, 2009, *Ilmu Komunikasi Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Samsudin Lubis, Mustahiq, Wawancara Pribadi, di Masjid Al Ikhlas Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas, pada tanggal 20 Agustus 2017 pada pukul 17:00 WIB.

Shoelhi, Muhammad, 2009, *Komunikasi Interpersonal Perspektif Jurnalistik*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Syahrin Siregar, Muzzaki, Wawancara Pribadi, di Masjid Al Ikhlas Desa Sosopan Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas, pada tanggal 19 Agustus 2017 pada pukul 17:00 WIB.

Quthb, Sayyid, *Tafsir fi Zhilalil Quran*, Terj. As'ad Yasin, Jakarta: Gema Insani.