

**POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS BINJAI SEDEKAH BERSAMA
DALAM MENGAJAK MASYARAKAT GEMAR
BERSEDEKAH DI BINJAI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat-Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

HISYAM ALI

NIM. 11154040

Program studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam



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

POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS BINJAI SEDEKAH BERSAMA
DALAM MENGAJAK MASYARAKAT
GEMAR BERSEDEKAH
DI BINJAI

SKRIPSI

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

Oleh

HISYAM ALI

NIM. 11154040

Program Studi: Komunikasi Penyiaran Islam

Pembimbing I



Dr. Faridah, M. Hum

NIP. 196604021994032003

Pembimbing II



Tengku Walisyah, SS, MA

NIP. 198406012011012018

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

MEDAN

2019

Nomor: Istimewa

Medan, 29 Oktober 2019

Lamp :

Kepada Yth:

Hal : Skripsi

Bapak Dekan Fakultas Dakwah

An. Hisyam Ali

dan Komunikasi UIN SU

Di-

Medan

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran seperlunya untuk memperbaiki dan kesempurnaan skripsi mahasiswa An. Hisyam Ali yang berjudul; Pola Komunikasi Komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam Mengajak Masyarakat Gemar Bersedekah Di Binjai, kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Mudah-mudahan dalam waktu dekat, saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU Medan.

Demikianlah untuk dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam

Pembimbing I



Dr. Faridah, M. Hum

NIP. 196604021994032003

Pembimbing II



Tengku Walisyah, SS, MA

NIP. 198406012011012018

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Hisyam Ali
NIM : 11154040
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Tempat/T.L : Jepara, 11 Juli 1998
Alamat : Jln. Priuk no.39

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"Pola Komunikasi Komunitas Binjai Sedekah Bersama Dalam Mengajak Masyarakat Gemar Bersedekah Di Binjai"** benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang dirangkaikan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya maka kesalahan dan kekeliruan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 29 Oktober 2019

Membuat pernyataan

 
Hisyam Ali

NIM. 11154040

Hisyam Ali. Pola Komunikasi Komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam Mengajak Masyarakat Gemar Bersedekah di Binjai.

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

ABSTRAK

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pola komunikasi komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat gemar bersedekah di Binjai. Untuk mengetahui pendekatan BSB dalam mengajak masyarakat gemar bersedekah di Binjai, serta mengetahui keberhasilan dan hambatan komunikasi BSB dalam mengajak masyarakat gemar bersedekah di Binjai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, karena peneliti menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan dengan cara mengumpulkan data-data yang diperoleh dari informan penelitian. Penelitian ini dilakukan di Masjid Agung Binjai di jalan Soekarno-Hatta, Timbang Langkat, Binjai Timur, Kota Binjai, Sumatera Utara. Yang menjadi titik fokus dalam penelitian ini adalah pola komunikasi komunitas BSB dalam mengajak masyarakat gemar bersedekah di Binjai.

Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang digunakan ialah pola komunikasi Y dimana disaat ketua ingin menyampaikan informasi kepada anggota, maka informasi yang disampaikan harus melalui ketua divisi yang sudah ditentukan, setelah itu informasi akan di diskusikan kembali dan setelah itu akan disampaikan kepada anggota melalui grup *Whatsapp*. Selain itu pendekatan yang dilakukan oleh komunitas ini ialah pendekatan pendekatan hubungan pribadi, dimana melakukan pertemuan atau penyampaian informasi secara langsung kepada masyarakat agar komunitas ini bisa langsung mendapatkan *feedback* dari masyarakat, akan hal itu dapat mempermudah mereka untuk mengetahui umpan balik dari masyarakat.

Selain itu pendekatan yang digunakan ialah pendekatan ilmiah, dimana penggunaan pendekatan ini untuk meningkatkan produktivitas serta untuk memberikan organisasi penghematan waktu dalam menyelesaikan tugas yang spesifik, disini komunitas BSB menggunakan media sosial untuk mengemat waktu pada saat menyampaikan informasi kepada masyarakat, serta pemanfaatan media berguna untuk melakukan pendekatan kepada remaja yang ingin mengetahui tentang komunitas ini lebih dalam. Keberhasilan dalam komunitas BSB untuk mengajak masyarakat gemar bersedekah terlihat dalam pembagian paket sembako untuk kaum dhuafa bisa melebihi target dikarenakan banyak masyarakat yang sudah mulai sadar untuk gemar bersedekah, sehingga banyak masyarakat ikut membantu komunitas ini dengan cara memberikan

sedekah mereka melalui komunitas BSB. Selain itu keberhasilan lainnya ialah banyak remaja yang ingin bergabung dalam komunitas ini. Dan adapun hambatan yang didapat ialah penggunaan bahasa, dikarenakan komunitas ini banyak berkomunikasi melalui grup *Whatsapp* setidaknya akan menimbulkan sedikit perbedaan perspektif, selain itu yang menjadi hambatan ialah masalah tempat dan tidak adanya donatur tetap dalam membantu keperluan komunitas BSB.

Kata Kunci: Organisasi, Komunikasi, Pola dan Komunitas Binjai Sedekah Bersama

DAFTAR ISI

ABSTRAKS	i
DAFTAR ISI	ii
KATA PENGANTAR	iv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Istilah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II : KAJIAN TEORETIS	10
A. Komunikasi Organisasi	10
B. Pola Komunikasi Organisasi	12
C. Fungsi Komunikasi	20
D. Pendekatan Komunikasi	21
E. Hambatan Komunikasi	23
F. Pengertian Sedekah	26
G. Hukum Bersedekah	27
H. Penelitian Terdahulu	29
BAB III : METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
C. Informan Penelitian	33

D. Sumber Data	34
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Analisis Data	37
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Profil Binjai Sedekah Bersama	39
B. Pola Komunikasi Komunitas BSB Dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah	40
C. Pendekatan Komunikasi Komunitas BSB Dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah	43
D. Keberhasilan Komunikasi Komunitas BSB Dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah	46
E. Hambatan Komunikasi Komunitas BSB Dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah	49
BAB V : PENUTUP	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: Pola Komunikasi Komunitas Binjai Sedekah Bersama Dalam Mengajak Masyarakat Gemar Bersedekah Di Binjai. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komuikasi UIN Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas adanya bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua tercinta Ayahanda Sutrisno dan Mama Hamdana serta Ibunda Wiwik Irianti atas kasih sayang, bantuan motivasi dan doa yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Prof. Saidurahman, M,Ag. Selaku Rektor UIN Sumatera Utara, terimakasih atas motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara, Medan.
3. Bapak Dr. Soiman, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara dan para wakil dekan yang telah banyak mengarahkan dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan.

4. Ketua Jurusan dan Sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, bapak Dr. Muktarruddin, MA dan bapak Dr. Winda Kustiawan, MA yang telah banyak membantu penulis selama menjalani perkuliahan.
5. Kepada ibu Elfiyanti Ritonga, MA, selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak membantu selama penulis menjalani perkuliahan.
6. Kepada ibu Faridah, M. Hum selaku dosen pembimbing skripsi I dan Ibu Tengku Walisyah, SS, MA selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan saran, bimbingan dan arahan dalam pelaksanaan penelitian hingga penyusunan Skripsi ini.
7. Untuk teman dekat penulis yaitu Rahayu Fitriany, yang selalu memberikan dukungan dan memberikan masukan serta membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
8. Kepada para sahabat-sahabat penulis yaitu Fawwaz, Ikrom, Harun, Zaky yang selalu memberikan dukungan dan sama-sama dalam menjalankan masa perkuliahan ini Bersama - sama sehingga penulis tetap bersemangat dalam menjalankan perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

Atas keterbatasan kemampuan penulis dalam penelitian dan penyelesaian skripsi ini, diharapkan kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran sehat demi kesempurnaan hasil penelitian ini. Kiranya hasil penelitian ini mudah-mudahan dapat memberi sumbangsih dalam meningkatkan kualitas Pendidikan di negeri ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Medan, 26 Oktober 2019 M

P e n u l i s



Hisyam Ali

NIM. 11154040

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara pengirim pesan dan penerima pesan. Adapun pengirim pesan itu dapat berupa seorang individu, kelompok, atau organisasi. Dan penerima pesannya dapat berupa seorang anggota organisasi, kelompok orang dalam suatu organisasi, maupun suatu organisasi secara keseluruhan.¹ Sedangkan menurut Onong Uchjana yang dikutip Burhan Bungin mengatakan komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.² Dan pola komunikasi adalah bentuk atau model yang biasa di pakai untuk membuat atau untuk menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu.

Sebuah organisasi terdapat adanya seorang pimpinan yang selalu melakukan komunikasi dengan anggotanya. Setiap ketua organisasi memiliki gaya kepemimpinan yang berbeda-beda dalam hal menyampaikan pesan atau sebuah berita kepada para

¹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 5

² Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 31

anggota, kali ini peneliti membahas tentang pola komunikasi pemimpin atau ketua dalam sebuah organisasi.

Dimana kita tahu bahwa pola komunikasi adalah bentuk atau model yang biasa dipakai untuk membuat atau untuk menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu. Sedangkan pola komunikasi organisasi ialah bentuk komunikasi yang digunakan dalam suatu organisasi para anggota saling bertukar pesan dengan anggota lainnya. Pertukaran pesan tersebut terjadi melalui suatu jalan yang dinamakan pola aliran informasi atau jaringan komunikasi.

Organisasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh beberapa orang, dan terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi, dan transaksi. Organisasi diciptakan melalui kontak-kontak yang terus menerus berubah yang dilakukan orang-orang yang satu dan lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang-orang yang perilakunya membentuk organisasi tersebut.³ Dalam organisasi komunikasi itu sangat penting, karena dengan adanya komunikasi yang efektif organisasi dapat mencapai suatu tujuan.

Anggota di dalam organisasi memiliki perbedaan posisi seperti pimpinan dan karyawan. Sehingga masing-masing orang dalam posisi tersebut memiliki tanggung jawab yang berbeda pula, namun tetap dibutuhkan kerjasama demi tercapainya tujuan yang diharapkan. Dengan demikian, komunikasi organisasi adalah komunikasi antar

³ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, (Bandung: Rosdakarya, 2006) hlm. 11

manusia yang terjadi dalam konteks organisasi dimana terjadi jaringan-jaringan pesan satu sama lain yang saling bergantung.

Binjai Sedekah Bersama untuk selanjutnya disingkat BSB, terbentuk pada 3 Maret 2016. Yang awal terbentuknya didasari keinginan membuat satu pergerakan kaum muda di Binjai. Pergerakan ini berisikan kepedulian antar sesama dan bersifat mengajak kaum muda melakukan kegiatan positif. Komunitas ini didirikan tidak hanya bergerak di bidang sosial, namun juga mengandung unsur keagamaan yang islamiyah. Visi dan misi dari BSB mengajak semua kalangan di Binjai untuk belajar bersedekah serta memahami keutamaan bersedekah, dalam menjalankan Visi dan misi itu, mereka mengemas secara kreatif dan menarik sehingga membuat cara bersedekah menyenangkan.

BSB memiliki kegiatan rutin bersama anak yatim selain itu setiap minggunya mereka membuat kajian untuk dihadiri anak-anak muda.⁴ Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara pengirim pesan dan penerima pesan. Adapun pengirim pesan itu dapat berupa seorang individu atau sebuah organisasi. Dan penerima pesannya dapat berupa seorang anggota organisasi maupun suatu organisasi secara keseluruhan.⁵

⁴ Komunita.Id, *Binjai Sedekah Bersama: Gerakan Kepedulian Anak Muda Terhadap Sesama*, <https://komunita.id/2016/11/14/binjai-sedekah-bersama-gerakan-kepedulian-anak-muda-terhadap-sesama/>. diakses pada tanggal 21 Maret 2019, pukul 13.29 WIB.

⁵ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 5

Sedekah adalah istilah serapan dari bahasa Arab (*shadaqoh*) yang mengandung arti pemberian dari seorang muslim kepada orang lain dengan tujuan mendapatkan pahala dari Allah swt. Pemberian itu bisa berupa barang, jasa atau berkaitan dengan suatu aktivitas manusia untuk manusia lain. Hal ini didasarkan kepada beberapa hadist dari Rasulullah Saw yang menyatakan bahwa senyum tulus saja bagian dari sedekah.⁶ Allah SWT menyampaikan beberapa ayat tentang sedekah diantaranya yaitu dalam surah An- Nisa/4 ayat 114 yaitu:

﴿لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّن نَّجْوَاهُمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ
وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا﴾

Artinya: Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma'ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar.

BSB sebuah komunitas yang berasal dari Kota Binjai yang beranggotakan berbagai elemen masyarakat mulai dari kaum-kaum muda, pelajar, dan mahasiswa mendominasi komunitas tersebut. Komunitas ini biasa berkumpul di Masjid Agung Binjai di jalan Soekarno-Hatta, Timbang Langkat, Binjai Timur, Kota Binjai, Sumatera

⁶ Weli Kurniawan, *Arti Sedekah dan Keutamaannya*, <http://blog.wakafquran.org/arti-sedekah-dan-keutamaannya-berdasarkan-al-quran-serta-hadist-nabi/>. diakses pada jum'at, 22 maret 2019, pukul 11:55 WIB

Utara 20735. Yang diketuai oleh Hartono dan juga seorang penasehat yaitu saudara Ibnu Jarot Al Jauhari. Program rutin dalam komunitas BSB terbagi dalam kegiatan mingguan dan bulanan, dalam kegiatan mingguan yaitu BSB melakukan buka puasa bersama Senin Kamis untuk seluruh anggota dan umum, pada hari Sabtu sehabis Shalat zhuhur ada kegiatan tahsin khusus wanita yang dilakukan oleh komunitas ini, selain itu pada hari Minggu sehabis zhuhur diadakan kajian umum khusus wanita.

Kegiatan rutin bulanan yaitu sembako untuk kaum duafa, santunan anak yatim, merupakan dana untuk disalurkan kepada kaum duafa dan anak yatim melalui sumbangan, penggalangan dana, serta dari anggota. Peran ketua komunitas ini dalam mengajak masyarakat untuk gemar bersedekah melalui komunikasi tatap muka atau secara interpersonal, karena sang ketua berkomunikasi secara langsung kepada masyarakat disaat adanya kegiatan pembagian sumbangan kepada kaum dhuafa.

Pada saat itulah kesempatan sang ketua untuk mengajak masyarakat gemar bersedekah dengan cara memberikan sedikit tausiyah tentang sedekah dan indahnyanya berbagi. Sedangkan pola komunikasi ketua dengan anggota yaitu menggunakan pola komunikasi Y, karena saat berkomunikasi sang ketua komunitas ini terlebih dahulu memberikan informasi kepada divisi-divisi yang sudah terbentuk setelah itu divisi-divisi baru memberikan informasi kepada anggota-anggota lainnya, sehingga sang ketua tidak mengetahui *feedback* langsung dari para anggotanya.

Dewasa ini masih banyak masyarakat yang kurang akan kesadaran untuk bersedekah, maka dari itu tujuan didirikannya komunitas ini ialah untuk mengajak

masyarakat gemar bersedekah kepada kaum duafa melalui komunitas ini, maka peran sang ketua sangat berpengaruh untuk bisa mengajak masyarakat gemar bersedekah dan membantu masyarakat yang membutuhkan. Karena sang ketua dari komunitas ini lah yang mengatur segalanya. Oleh sebab itu sebuah komunikasi sangat berpengaruh dalam mengajak dan menjalankan kegiatan-kegiatan yang dilakukan agar masyarakat tertarik dan juga terjadinya *missed communication* antar anggota bisa dihindari.

Hal-hal di atas menumbuhkan minat peneliti untuk meneliti bagaimana pola komunikasi organisasi yang digunakan oleh komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat kota Binjai untuk gemar bersedekah, maka judul penelitian ini adalah: **“Pola Komunikasi Komunitas Binjai Sedekah Bersama Dalam Mengajak Masyarakat Gemar Bersedekah Di Kota Binjai”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola komunikasi komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Binjai gemar bersedekah?
2. Bagaimana pendekatan komunikasi komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Binjai gemar bersedekah?
3. Bagaimana keberhasilan komunikasi komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Binjai gemar Bersedekah?
4. Bagaimana hambatan yang terjadi pada saat komunitas Binjai Sedekah Bersama mengajak masyarakat Binjai untuk gemar bersedekah ?

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan meluasnya pembahasan masalah yang diteliti, maka perlu kiranya penulis memberikan pembatasan masalah dalam penelitian ini. Hal yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Pola komunikasi adalah bentuk komunikasi yang digunakan dalam suatu organisasi para anggota pasti saling bertukar pesan dengan anggota lainnya. Pertukaran pesan tersebut terjadi dengan melalui suatu jalan yang dinamakan pola aliran informasi atau jaringan komunikasi.⁷ Penelitian ini difokuskan pada pola komunikasi yang lebih spesifik yaitu pola komunikasi organisasi yang digunakan pendiri komunitas Binjai Sedekah Bersama, yaitu pola yang digunakan adalah pola Y.
2. Pendekatan komunikasi, menurut Littlejohn dalam bukunya *Theories of Human Communication* yang diterbitkan tahun 1989, secara umum dunia masyarakat ilmiah menurut cara pandang serta objek pokok pengamatannya dapat dibagi dalam 3 (tiga) aliran pendekatan. Ketiga pendekatan tersebut adalah pendekatan *scientific* (ilmiah-empiris), pendekatan *humanistic* (humaniora-interpretatif), serta pendekatan *social sciences* (ilmu-ilmu sosial).⁸ Dalam hal penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan hubungan ilmiah dan *humanistic*.

⁷ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, (Malang: UMM Perss, 2008), hlm. 56

⁸ S. Djuarsa Sendjaja, Ph.D., Dkk, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2005), hlm. 12.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pola komunikasi pendiri Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Kota Binjai gemar bersedekah.
2. Untuk mengetahui pendekatan komunikasi pendiri Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Kota Binjai gemar bersedekah.
3. Untuk mengetahui keberhasilan komunikasi pendiri Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Kota Binjai gemar bersedekah.
4. Untuk mengetahui hambatan komunikasi pendiri Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Kota Binjai gemar bersedekah.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Akademis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sebagai tambahan referensi dalam perkembangan kajian keilmuan, khususnya dalam bidang komunikasi, serta diharapkan dalam penelitian ini bisa memberikan pengetahuan tentang pola komunikasi organisasi.
2. Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para praktisi komunikasi, Lembaga Kemanusiaan, dan juga komunitas-komunitas yang berjalan di bidang sosial. Terlebih penelitian ini dapat berguna untuk mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara jurusan Komunikasi Penyiaran Islam agar lebih mengetahui pola komunikasi yang efektif dan efisien dalam komunikasi organisasi.

F. Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam proposal ini akan disusun secara sistematis mulai dari pendahuluan sampai penutup kesimpulan. Tujuannya agar lebih runtut dan mudah dipahami.

Bab I : yaitu pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan ditutup dengan sistematika penulisan.

Bab II : yaitu landasan teoritis yang terdiri dari pengertian komunikasi organisasi, fungsi komunikasi organisasi, pola komunikasi organisasi, pendekatan komunikasi, hambatan komunikasi, pengertian sedekah dan hukum sedekah.

Bab III : yaitu metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV : yaitu hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari profil Binjai Sedekah Bersama, program-program BSB, pola komunikasi BSB dalam mengajak masyarakat Binjai gemar bersedekah, pendekatan komunikasi BSB dalam mengajak masyarakat gemar bersedekah, serta keberhasilan dan hambatan BSB dalam mengajak masyarakat gemar bersedekah.

Bab V : yaitu berisi penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran, serta lampiran-lampiran.

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Komunikasi Organisasi

1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin *communication* yang berasal dari kata *communis* yang memiliki arti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. *Communis* memiliki akar kata yaitu *communico* yang memiliki arti berbagi/membuat sama. Dalam hal ini berbagi yang dimaksud adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan.⁹ Pengertian komunikasi secara etimologi tersebut bermaksud memberikan pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan seharusnya dilakukan menggunakan bahasa yang maknanya sama-sama dipahami oleh komunikator dan komunikan.

Secara istilah atau terminologi mengenai komunikasi juga disampaikan oleh para ilmuan yang memfokuskan diri dalam bidang komunikasi. Bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.¹⁰

⁹ Dani Vardiansyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Depok: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), hlm. 24

¹⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian ide kepada satu penerima atau lebih dilakukan dengan menggunakan bahasa yang maknanya sama-sama dipahami oleh komunikator dan komunikan dan memiliki tujuan untuk membangun kebersamaan antara komunikan dan komunikator. Istilah organisasi dalam bahasa Indonesia atau *organization* dalam bahasa Inggris bersumber pada bahasa Latin *organization*. Secara harfiah organisasi itu berarti panduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Diantara para ahli ada yang menyebut panduan itu sistem, ada juga menamakannya sarana, dan lain lain.¹¹

Menurut Everest Rogers dikutip Miftah Thoha organisasi adalah suatu sistem individu yang stabil dan bekerja bersama-sama untuk mencapai suatu tujuan bersama lewat struktur hirarki dan pembagian kerja.¹² Komunikasi organisasi adalah pengirim penerima berbagai pesan organisasi dalam kelompok formal maupun informal di suatu organisasi.

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi maupun dalam kelompok formal ataupun informal. Jika organisasi semakin besar dan semakin kompleks, maka demikian juga komunikasinya. Pada organisasi yang beranggotakan tiga orang, komunikasinya relatif sederhana, tetapi

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009) cet, 22, hlm. 114

¹² Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002) Cet ke 12, hlm. 162

organisasi yang beranggotakan seribu orang komunikasinya menjadi sangat kompleks.¹³

Komunikasi formal ialah komunikasi yang sifatnya berorientasi pada organisasi, dan komunikasi informal adalah komunikasi yang orientasinya tidak pada organisasi namun lebih ke para anggotanya secara individual.¹⁴ Selain itu komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa bagaimana cara kerja didalam organisasi, produktifitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam sebuah organisasi. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial, yang orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.¹⁵

B. Pola Komunikasi Organisasi

Kata pola komunikasi berasal dari dua suku kata yakni pola dan komunikasi, pola menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap.¹⁶ Sedangkan dalam Kamus Ilmiah Populer pola dapat diartikan sebagai model, contoh, pedoman (rancangan).¹⁷

¹³ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta: Karisma Publishing Group, 2010), hlm. 377

¹⁴ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi...*, hlm. 6

¹⁵ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2004), hlm. 54

¹⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), cet. Ke-2, hlm. 885

¹⁷ Puis A. Partanto dan M. Dahlan Al-barthy, *Kamus Besar Bahasa Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994), hlm. 56-57

Pola komunikasi adalah bentuk komunikasi yang digunakan dalam suatu organisasi para anggota pasti saling bertukar pesan dengan anggota lainnya. Pertukaran pesan tersebut terjadi melalui suatu jalan yang dinamakan pola aliran informasi atau jaringan komunikasi.¹⁸ Dalam organisasi ada beberapa pola yang biasa digunakan untuk berkomunikasi, diantaranya adalah pola komunikasi organisasi menurut Joseph A. Devito dalam buku karangan Abdullah Masmuh, yakni:

a. Pola Lingkaran

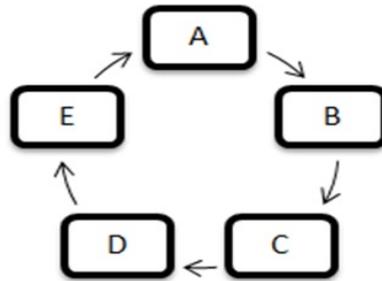
Pola lingkaran adalah pola yang tidak memiliki pemimpin. Para anggota memiliki posisi yang sama. Mereka memiliki kekuatan dan wewenang yang sama. Tidak ada yang paling kuat di antara mereka semua. Dan setiap anggota bisa berkomunikasi dengan dua anggota lain disisinya.¹⁹ Pola lingkaran memungkinkan semua anggota berkomunikasi satu dengan yang lainnya hanya melalui sejenis sistem pengulangan pesan. Tidak seorang anggotapun yang dapat berhubungan langsung dengan semua anggota lainnya, demikian pula tidak ada anggota yang memiliki akses langsung terhadap seluruh informasi yang diperlukan untuk memecahkan persoalan.

Ada beberapa kombinasi berbeda yang mungkin: A dapat berkomunikasi dengan B dan E tetapi tidak dapat berkomunikasi dengan C dan D; B dapat berkomunikasi dengan A dan C tetapi tidak dengan D dan E; C dapat berkomunikasi dengan B dan D tetapi tidak dengan A dan E; D dapat berkomunikasi dengan C dan E

¹⁸ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi...*, hlm. 56

¹⁹ *Ibid...*, hlm. 57

tetapi tidak dengan A dan B; E dapat berkomunikasi dengan D dan B tetapi tidak dengan B dan C. Bila D ingin berkomunikasi dengan A, informasi harus disampaikan melalui E atau C dan B.



Gambar 1.1: pola lingkaran

Sumber gambar:

Blog Psikologi, *Sifat dan Pola Aliran Informasi dalam Komunikasi Organisasi*.
<http://blogpsikologi.blogspot.com/2016/05/sifat-dan-pola-aliran-informasi-dalam.html> Di akses pada 27 Maret 2019, Pukul 20:38 Wib

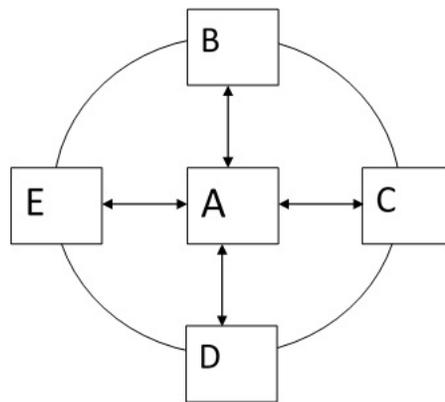
Pola lingkaran meliputi kombinasi orang-orang penyampaian pesan cenderung lebih baik dari pada pola roda yang mencakup aliran komunikasi yang amat terpusat dalam keseluruhan aksesibilitas anggota antara yang satu dengan lainnya, moral atau kepuasan terhadap prosesnya, jumlah pesan yang dikirimkan, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan-perubahan dalam tugas dipihak lain.²⁰

b. Pola Roda

Pola ini memiliki pemimpin yang jelas, yakni orang yang berada di pusat. Orang ini adalah satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua

²⁰ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi...*, hlm. 175

anggota. Karenanya jika ada anggota yang ingin berkomunikasi dengan anggota lain pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya.²¹ Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang yang dalam posisi sentral menerima kontrak dan informasi yang disediakan oleh anggota organisasi lainnya dan memecahkan masalah dengan saran dan persetujuan anggota lainnya.²²



Gambar 1.2: pola roda

Sumber gambar:

Ilmu Psikologi, *Proses Pengiriman Pesan*, http://psikologi35.rssing.com/channel/58188938/all_p9.html. di akses pada 27 Maret 2019, Pukul 20:42 Wib

Pola roda memungkinkan pengawasan yang lebih baik atas aliran pesan, kemunculan seorang pemimpin bisa lebih cepat dan dan organisasi lebih stabil,

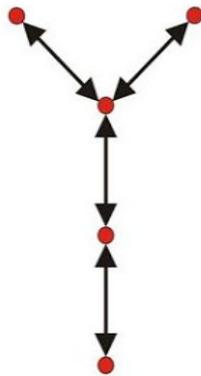
²¹ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi...*, hlm. 57

²² R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi...*, hlm. 174

menunjukkan kecermatan tinggi dalam pemecahan masalah, cepat dalam memecahkan masalah, tetapi terlihat cenderung mengalami kelebihan beban pesan dan pekerjaan.²³

c. Pola Y

Pola yang satu ini relatif kurang tersentralisasi dibanding dengan pola roda, akan tetapi lebih tersentralisasi dibandingkan dengan pola lainnya. Pada pola Y terdapat pemimpin yang jelas, dan anggota ini dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Ketiga anggota lainnya memiliki komunikasi yang terbatas, hanya dengan satu orang lainnya.



Gambar 1.3: pola Y

Sumber gambar:

Giovani Nail Dunga, *Struktur Jaringan*, <https://giovanind.wordpress.com/2015/01/13/struktur-jaringan/>, di akses pada 27 Maret 2019, Pukul 20:52 Wib

²³*Ibid*, hlm. 175-176

d. Pola Rantai

Pola rantai sama dengan pola lingkaran namun dalam pola ini anggota yang paling ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja. Keadaan terpusat juga terdapat disini. Orang yang berada di posisi tengah lebih berperan sebagai pemimpin dari pada orang-orang yang berada di posisi lain.



Gambar 1.4: pola rantai

Sumber gambar:

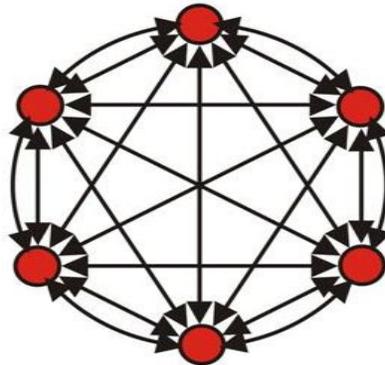
Firen, *Struktur Jaringan Komunikasi Organisasi*, <http://firenstory.blogspot.com/2010/02/struktur-jaringan-komunikasi-organisasi.html>. di akses pada 27 Maret 2019, Pukul 20:54 Wib

e. Pola Bintang (Semua Saluran)

Pola bintang hampir sama dengan pola lingkaran. Dalam pola ini semua anggota adalah sama dan memiliki kekuatan yang sama pula dalam hal mempengaruhi anggota lainnya. Akan tetapi, dalam struktur pola bintang, setiap anggota bisa berkomunikasi dengan anggota lainnya. Dan pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum.²⁴

²⁴ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi...*, hlm. 57-58

Hal ini berimplikasi bahwa perilaku-perilaku peranan tertentu yang rumit harus dipelajari, agar pola komunikasi berfungsi secara optimal. Beberapa penelitian mengenai jaringan komunikasi dalam organisasi besar menunjukkan bahwa distribusi peranan jaringan penting untuk keefisienan berfungsinya organisasi.²⁵



Gambar 1.5: pola bintang

Sumber gambar:

Firen, *Struktur Jaringan Komunikasi Organisasi*,

<http://firenstory.blogspot.com/2010/02/struktur-jaringan-komunikasi-organisasi.html>. di akses pada 27 Maret 2019, Pukul 20:57 Wib

Dalam komunikasi organisasi kita berbicara tentang informasi yang berpindah secara formal dari seseorang yang otoritasnya lebih tinggi kepada orang lain yang otoritasnya lebih rendah dinamakan komunikasi ke bawah, informasi yang bergerak dari suatu jabatan yang otoritasnya lebih rendah kepada orang yang otoritasnya lebih

²⁵ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi...*, hlm. 176

tinggi dinamakan komunikasi ke atas, informasi yang bergerak di antara orang-orang dan jabatan-jabatan yang sama tingkat otoritasnya dinamakan komunikasi horizontal, atau informasi yang bergerak di antara orang-orang dan jabatan-jabatan yang tidak menjadi atasan ataupun bawahan satu dengan lainnya dan mereka menempati bagian fungsional yang berbeda dinamakan komunikasi lintas saluran.

a. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Biasanya kita beranggapan bahwa informasi bergerak dari manajemen kepada para pegawai. Namun, dalam organisasi kebanyakan hubungan ada pada kelompok manajemen.²⁶ Pada aliran ini ada lima jenis informasi yang biasa disampaikan dari atasan kepada bawahan, diantaranya:

1. Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan.
2. Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan.
3. Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi.
4. Informasi mengenai kinerja pegawai.
5. Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas.²⁷

²⁶ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi...*, hlm. 184

²⁷ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi...*, hlm. 64

b. Komunikasi ke Atas

Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (penyelia). Semua pegawai dalam sebuah organisasi, kecuali mungkin mereka yang menduduki posisi puncak, mungkin berkomunikasi ke atas yaitu, setiap bawahan dapat mempunyai alasan yang baik atau meminta informasi dari atau memberi informasi kepada seseorang yang otoritasnya lebih tinggi dari pada dia. Suatu permohonan atau komentar yang diarahkan kepada individu yang otoritasnya lebih besar, lebih tinggi, atau lebih luas merupakan esensi komunikasi ke atas.²⁸

C. Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam buku karangan Burhan Bungin yang berjudul *Sosiologi Komunikasi* yang mengutip pernyataan Sandjaja yang mengatakan bahwa “Dalam suatu organisasi, baik yang berorientasi untuk menarik keuntungan maupun yang tidak menarik keuntungan, memiliki empat fungsi organisasi, diantaranya adalah:

a. Fungsi Informatif

Organisasi dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Dimana seluruh anggota dalam organisasi berharap memperoleh informasi yang banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi melaksanakan pekerjaan secara lebih pasti.

²⁸ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi Strategi...*, hlm. 189

b. Fungsi Regulatif

Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi.

c. Fungsi Persuasif

Dalam mengatur organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pemimpin yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya dari pada memberi perintah. Karena pekerjaan yang dilakukan secara sukarela akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan.

d. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dengan baik. Ada dua komunikasi formal seperti penerbit khusus dalam organisasi dan laporan kemajuan organisasi, juga saluran komunikasi informal. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.²⁹

²⁹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi...*, hlm. 274

D. Pendekatan Komunikasi

1. Pendekatan Hubungan Antar Pribadi

Pendekatan hubungan antar manusia berkembang sebagai reaksi terhadap perhatian eksklusif faktor-faktor fisik dalam mengukur keberhasilan organisasi. Salah satu asumsi prinsip dari pendekatan hubungan antar manusia adalah bahwa kenaikan kepuasan kerja akan mengakibatkan kenaikan produktifitas. Kita dapat menjelaskan hubungan antarpribadi dengan mengidentifikasi dua karakteristik penting. Pertama, hubungan antarpribadi berlangsung melalui beberapa tahap, mulai dari tahap interaksi awal sampai ke pumutusan (*Dissolution*). Kedua, hubungan antarpribadi berbeda-beda dalam hal keluasan (*Breadth*) dan kedalamannya (*Depth*).³⁰

Komunikasi antarpribadi atau *Communication Interpersonal* merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk verbal atau nonverbal, seperti komunikasi pada umumnya komunikasi interpersonal selalu mencakup dua unsur pokok yaitu isi pesan dan bagaimana isi pesan dikatakan atau dilakukan secara verbal atau nonverbal.³¹

³⁰ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia...*, hlm. 254

³¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi...*, hlm. 1

Komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih dari suatu kelompok manusia kecil dengan berbagai efek dan umpan balik (*Feed Back*). Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerjasama bisa ditingkatkan maka kita perlu bersikap terbuka, sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka yang mendorong timbulnya sikap yang paling memahami, menghargai, dan saling mengembangkan kualitas.³²

2. Pendekatan Ilmiah

Pendekatan ilmiah menganggap bahwa organisasi harus menggunakan metode-metode ilmiah untuk meningkatkan produktivitas. Berbagai studi pengendalian secara ilmiah akan memungkinkan manajemen mengidentifikasi cara-cara atau alat untuk meningkatkan produktivitas, dan pada akhirnya akan meningkatkan laba. Jenis riset yang paling mencirikan manajemen ilmiah barangkali adalah studi waktu dan gerak. Studi ini dirancang untuk memberikan pada organisasi penghematan waktu dalam menyelesaikan tugas spesifik tertentu untuk mengefisienkan gerakan yang paling cocok bagi seseorang pada tugasnya.

Sebagai contoh, Taylor melakukan studi waktu dan gerak untuk pekerjaan menyekop batu bara. Ia menganalisis dan membandingkan berbagai jenis ukuran sekop dan berbagai tugas yang harus diselesaikan. Sebagai akibatnya, ia mampu mengurangi

³² W. A. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 8

jumlah pekerja yang diperlukan untuk pekerjaan yang sama dari 400-600 orang menjadi 140. Dalam pendekatan ilmiah ini, komunikasi dianggap sebagai pemberian perintah dan menjelaskan prosedur dan operasi. Yang dikenal hanyalah struktur formal organisasi dan sistem komunikasi formal.³³

E. Hambatan Komunikasi

Hambatan-hambatan komunikasi organisasi atau gangguan saat berkomunikasi adalah pengaruh dari dalam maupun dari luar individu atau lingkungan yang dapat merusak aliran atau isi pesan yang dikirimkan atau yang diterima. Ada beberapa hambatan dalam komunikasi organisasi yaitu:

1. Penyaringan informasi komunikator memanipulasi informasi sedemikian rupa yang membuat penerima lebih tertarik atas informasi yang hendak dikirimkan.
2. Perspektif selektif komunikan sering kali bersikap tertentu kepada informasi sesuai dengan persepsi seleksinya atas informasi yang diterima.
3. Emosi dua pihak yang berkomunikasi berada dalam suasana emosi yang tidak memungkinkan pengiriman dan penerimaan informasi, akibatnya menyulitkan kontak dan pemberian makna atas pesan.
4. Bahasa kedua belah pihak yang menggunakan bahasa yang berbeda, konsep atau istilah yang berbeda, sehingga menyulitkan pemahaman atas penerimaan informasi.

³³ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia...*, hlm. 378

5. Tanda-tanda nonverbal dan adanya perbedaan budaya antara komunikator dan komunikan membuat dua pihak tidak dapat memahami bahasa isyarat, bahasa jarak dan ruang, aksesoris yang mereka gunakan sebagai pesan.³⁴

Komunikasi dapat “macet” atau menjumpai hambatan pada sembarang titik dalam proses dari pengirim ke penerima. Dalam hal ini kita membahas tujuh hambatan yang mungkin terjadi dalam pesan-pesan verbal. Hambatan-hambatan ini, adakalanya dinamakan “Distorsi Kognitif” yang dapat muncul dalam komunikasi antar pribadi, kelompok kecil, antarbudaya dan massa, serta pembicaraan dimuka umum yaitu:

1. Polarisasi

Kecendrungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikannya. Polarisasi Terjadi bila kita membagi realitas menjadi dua ekstrem yang tidak realistis misalnya hitam dan putih, atau baik dan buruk.

2. Orientasi Intensional

Mengacu pada kecendrungan kita untuk melihat manusia, objek, dan kejadian sesuai dengan ciri yang melekat pada mereka. Orientasi intensional terjadi bila kita menanggapi apa yang sebagai suatu kenyataan. Dan kbalikannya orientasi ekstensional adalah kecendrungan untuk menanggapi sesuatu lebih sebagai apa adanya dan bukan menurut apa yang dikatakan orang.

³⁴ Alo Liliweri, *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 379

3. Kekacauan Karena Menyimpulkan Fakta Secara Keliru

Hal ini terjadi bila kita memperlakukan kesimpulan sebagai fakta.

4. Potong Kompas

Pola kesalahan evaluasi dimana orang gagal mengomunikasikan makna yang mereka maksudkan. Hal ini dapat terjadi bila pembicara dan pendengar saling salah paham akan makna yang mereka maksudkan bila kata yang berbeda digunakan untuk makna yang sama atau kata yang sama digunakan untuk makna yang berbeda.

5. Kesemuan

Mengacu pada kecenderungan untuk menganggap bahwa orang yang mengetahui hal tertentu pasti menguasai segalanya, atau bahwa apa yang telah dikatakan pasti sudah seluruhnya.

6. Evaluasi Statis

Terjadi bila kita mengabaikan perubahan dan menganggap bahwa realitas merupakan hal yang statis.

7. Indiskriminasi

Terjadi bila kita mengelompokkan hal-hal yang tidak sama ke dalam satu kelompok dan menganggap karena mereka berada dalam kelompok yang sama, mereka semuanya sama.³⁵

F. Pengertian Sedekah

Sedekah (صدقت) adalah pemberian sesuatu dari seseorang kepada orang lain karena ingin mendapatkan pahala dari Allah. (Kitab at-Ta'riat, Syaikh Ali bin Muhammad al-Jurjani-Bab Şad) atau segala bentuk pembelanjaan di jalan Allah. Sementara Muhammad Abdurrauf al-Munawi mendefinisikan sedekah: suatu perbuatan yang akan tampak dengannya kebenaran iman (seseorang) terhadap yang ghaib dari sudut pandang bahwa rezeki itu sesuatu yang ghaib. Dikatakan juga (sedekah) itu ditunjukkan untuk sesuatu di mana manusia saling memaafkan dengan (sedekah) itu dari haknya. Di antaranya firman Allah: dan dalam ayat yang diserahkan kepada keluarga (korban) kecuali bila mereka hendak bersedekah sebagaimana yang terdapat dalam Alquran surah an-Nisa ayat 92 , sebagai berikut:

وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ أَنْ يَقْتُلَ مُؤْمِنًا إِلَّا خَطَاً ۚ وَمَنْ قَتَلَ مُؤْمِنًا خَطَاً فَتَحْرِيرُ رَقَبَةٍ
مُؤْمِنَةٍ وَدِيَةٌ مُسَلَّمَةٌ إِلَىٰ أَهْلِهِ إِلَّا أَنْ يَصَدَّقُوا ۚ فَإِنْ كَانَ مِنْ قَوْمٍ عَدُوٍّ لَكُمْ وَهُوَ مُؤْمِنٌ
فَتَحْرِيرُ رَقَبَةٍ مُؤْمِنَةٍ وَإِنْ كَانَ مِنْ قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ مِيثَاقٌ فَدِيَةٌ مُسَلَّمَةٌ إِلَىٰ أَهْلِهِ وَتَحْرِيرُ
رَقَبَةٍ مُؤْمِنَةٍ ۖ فَمَنْ لَّمْ يَجِدْ فَصِيَامُ شَهْرَيْنِ مُتَتَابِعَيْنِ تَوْبَةً مِّنَ اللَّهِ ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلِيمًا حَكِيمًا

³⁵ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia...*, hlm. 141-153

Artinya: Dan tidak layak bagi seorang mukmin membunuh seorang mukmin (yang lain), kecuali karena tersalah (tidak sengaja), dan barangsiapa membunuh seorang mukmin karena tersalah (hendaklah) ia memerdekakan seorang hamba sahaya yang beriman serta membayar diat yang diserahkan kepada keluarganya (si terbunuh itu), kecuali jika mereka (keluarga terbunuh) bersedekah. Jika ia (si terbunuh) dari kaum (kafir) yang ada perjanjian (damai) antara mereka dengan kamu, maka (hendaklah si pembunuh) membayar diat yang diserahkan kepada keluarganya (si terbunuh) serta memerdekakan hamba sahaya yang beriman. Barangsiapa yang tidak memperolehnya, maka hendaklah ia (si pembunuh) berpuasa dua bulan berturut-turut untuk penerimaan taubat dari pada Allah. Dan adalah Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.

Maka Allah menanamkan pemberian maaf (dari keluarga korban) sebagai sedekah (at-Ta'rif: 452-453).³⁶ Sedekah merupakan hal yang menunjukkan kebenaran penghambaan kepada Allah dan juga merupakan sebuah bukti atas kepercayaan pelakunya atas kebenaran imannya,³⁷

G. Hukum Sedekah

Sedekah hukumnya sunnah mu'akkad, namun ia juga bisa menjadi haram jika pemberi sedekah mengetahui atau menduga kuat bahwa penerimanya akan membelanjakan uang hasil sedekah tersebut untuk hal-hal yang jahat dan maksiat kepada Allah. Diwaktu lain sedekah bisa menjadi wajib jika pemberi sedekah mendapati seseorang yang benar-benar dalam kondisi kritis dan membutuhkan sedekahnya, dan si pemberi sedekah memiliki persediaan yang melebihi kebutuhan pokok.

³⁶ Gus Arifin, *Zakat Sedekah Infak*, (Jakarta: Media Komputindo,2011), hlm. 189

³⁷ Achmad Sunarto, *Indahnya Sedekah*,(Surabaya: Menara Suci,2015), hlm. 7.

Dalam kondisi darurat ini, ia wajib bersedekah demi mempertahankan nyawa orang yang ditemuinya dan demi menjaga keselamatannya dari kematian. Jika nafsu dirinya tidak mengizinkannya untuk memberikan sedekah tersebut demi mendekatkan diri kepada Allah dan mencari keridhoan-Nya maka hendaklah ia memberi dengan kompensasi imbalan tertentu. Bahkan dalam kondisi nyaris mati, orang yang terdesak kebutuhan ini boleh memerangi orang yang membawa bekal jika memang ia menolak memberinya sedikit saja bekal yang ia bawa dan ia tidak berdosa dengan tindakan tersebut. Jika ia membunuh karena terdesak kelaparan, maka dosanya dibebankan kepada penduduk kawasan tempat kejadian perkara.³⁸

Sedekah di waktu sulit tertulis dalam surah At Thalaq/ 65 ayat 7 yaitu:

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَّا آتَاهَا سَيِّجَعُلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا

Artinya: Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. Dan orang yang disempitkan rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan.

H. Penelitian Terdahulu

³⁸ Abdul Aziz Muhammad Azzam, Abdul Wahab Sayyid Hawwas, *Fiqih Ibadah* (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 426

Tinjauan pustaka mencakup isi bahasan pustaka yang berkaitan dengan masalah penelitian, berupa sajian hasil atau bahasan yang ringkas dari hasil temuan terdahulu yang relevan dengan masalah penelitian. Berikut disajikan hasil penelitian terdahulu sebagai perbandingan terhadap penelitian penulis.

Penelitian yang dilakukan oleh Fajriah Rifai (2017) yang berjudul, pola komunikasi dewan pengurus masjid dalam memakmurkan masjid raya Al-A'zham. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif, dalam kesimpulan yang dibuat dalam penelitian terdahulu ini ialah bahwa pola komunikasi yang digunakan oleh pengurus mensjid rasa Al-A'zham ialah pola komunikasi atasan dan bawahan. Dimana pembicaraan ketua pengurus kepada seluruh anggota yang biasanya membicarakan kebijakan-kebijakan.

Bedanya dengan milik peneliti adalah dalam penggunaan pola. Peneliti menggunakan pola Y, dimana ketua berkomunikasi terlebih dahulu kepada divisi-divisi yang telah terbentuk dan peneliti juga menggunakan pendekatan komunikasi interpersonal saat ketua berkomunikasi dengan masyarakat sekitar.

Penelitian selanjutnya tentang pola komunikasi organisasi di PT. Asuransi Jiwasraya Semarang Barat *Branch Office*, yang dilakukan oleh saudara Aji Prakoso Yudistiro (2006), dalam kesimpulan yang dibuat dalam penelitian terdahulu ini adalah pola komunikasi organisasi pada PT. Asuransi Jiwasraya Semarang Barat *Branch Office* meliputi bentuk-bentuk komunikasi, proses komunikasi, dan langkah-langkah penerapan komunikasi. Digunakan agar tidak terjadi kendala-kendala yang tidak diinginkan dalam kegiatan perusahaan. Bentuk komunikasi organisasi pada penelitian

terdahulu meliputi bentuk pola komunikasi personal antara lain: komunikasi intrapribadi atau komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang dan komunikasi antarpribadi atau komunikasi yang terjadi antar individu. Bentuk pola komunikasi kelompok, bentuk pola komunikasi massa.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang dilakukan oleh Abdillah Kamal (2014) yang berjudul pola komunikasi organisasi forum komunikasi pemuda Indonesia. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif, dalam kesimpulan yang dibuat dalam penelitian terdahulu ini ialah pelaksanaan komunikasi organisasi di Forum Komunikasi Pemuda Indonesia dibagi menjadi dua dimensi yaitu komunikasi vertikal dan horizontal, komunikasi internal vertikal adalah komunikasi atas ke bawah atau komunikasi dari ketua umum kepada anggota dan dari anggota kepada ketua umum secara timbal balik (*two way traffic communication*). Dalam komunikasi vertikal, ketua umum memberikan instruksi, petunjuk, informasi, dan penjelasan kepada anggotanya. Kemudian anggotanya memberikan laporan, saran, pengaduan, dan sebagainya kepada ketua umum. Komunikasi secara dua arah atau secara timbal balik sangat penting dalam organisasi karena jika komunikasi hanya dilakukan dengan satu arah saja, misal dari ketua umum kepada anggotanya saja, maka roda organisasi tidak akan berjalan dengan baik.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang dilakukan oleh Ita Aprini (2014) yang berjudul, Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Staff PT. PP. London Sumatra Indonesia, Tbk. Palangisang Estate di Desa Tamatto Kecamatan Ujung Loe

Kabupaten Bulukumba. Jenis penelitian ini adalah kualitatif, dalam kesimpulan dalam penelitian terdahulu ini adalah pola komunikasi yang digunakan ialah pola komunikasi roda dan pola rantai dimana antara pimpinan dapat saling berinteraksi dengan semua staff atau karyawan sehingga dapat saling menghargai dan tercipta semangat dalam bekerja. Selain itu penggunaan pola rantai yakni, satu anggota hanya dapat berkomunikasi dengan satu anggota lain lalu anggota tersebut dapat menyampaikan pesan tersebut pada anggota lainnya lagi.

Penelitian terdahulu yang terakhir ialah yang dilakukan oleh Ni Ketut Diana Ayu Megasari (2017) yang berjudul, pola komunikasi komunitas vespa dalam mempertahankan solidaritas kelompok. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dalam kesimpulan yang dibuat dalam penelitian terdahulu ini ialah pola komunikasi yang digunakan oleh komunitas vespa region Bali ialah pola komunikasi roda dan pola komunikasi bintang. Dimana pola komunikasi roda digunakan pada saat kegiatan yang bersifat formal dan juga struktural sedangkan pola komunikasi bintang digunakan pada saat kegiatan yang bersifat informal. Pola komunikasi bintang digunakan komunitas vespa region Bali dalam kehidupan sehari-hari mereka.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sukmadinata penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok.³⁹ Sukmadinata menyatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan mendefinisikan suatu keadaan atau fenomena secara apa adanya.

Deskriptif kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengembangkan teori yang dibangun melalui data yang diperoleh di lapangan. Metode kualitatif peneliti pada tahap awalnya melakukan penjelajahan, selanjutnya melakukan pengumpulan data yang mendalam, mulai dari observasi sampai dengan penyusunan laporan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi yang akan diteliti oleh penulis yaitu di Mesjid Agung Kota Binjai, Jl. Soekarno-Hatta, Timbang Langkat, Binjai Timur, Kota Binjai, Sumatera Utara 20735. Pemilihan tempat ini dikarenakan peneliti ingin melihat langsung

³⁹ Sukmadinata, Nana Syaodih, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 53-60.

bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ini. Yang sebagian besar kegiatan dari komunitas ini dilakukan di Mesjid Agung Kota Binjai.

C. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki sumber informasi yaitu ketua komunitas Binjai Sedekah Bersama atau dengan total populasi yaitu ada 4 dimana yang menjadi informan selain ketua komunitas Binjai sedekah Bersama ada juga tiga orang ketua setiap divisi yang terbentuk dalam komunitas tersebut. Ketua komunitas Binjai Sedekah Bersama selaku informan kunci. Ketua Binjai Sedekah Bersama dipandang sebagai pihak yang memiliki pengetahuan dan konsep umum tentang komunitas yang dipimpinnya. Divisi komunitas dipandang sebagai pihak yang mengetahui tentang setiap bidang kegiatan atau program yang telah terbentuk di komunitas ini, selain itu guna divisi sebagai informan mereka merupakan pihak yang secara langsung mengawasi dan mengevaluasi jalannya program yang ada di komunitas Binjai Sedekah Bersama.

NO	Informan	Jabatan	Tanggal Wawancara
1	Hartono	Ketua Komunitas	18 Maret 2019
2	Indra Bowo	Ketua Divisi Sosial	27 Mei 2019
3	Isma Yunita Nst	Ketua Divisi Dakwah Akhwat	25 Mei 2019
4	Jhondry Frizal	Ketua Divisi Kewirausahaan	26 Mei 2019

D. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana suatu data dapat diperoleh. Menurut Moleong, pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, kegiatankegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan. Berbagai sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini sebagai berikut.⁴⁰ Adapun sumber data dalam penelitian ini terbagi dua yaitu:

1. Sumber data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara dan observasi ketua komunitas Binjai Sedekah Bersama.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh bukan secara langsung dari sumbernya. Sumber data sekunder ini diperoleh dari sumber tertulis seperti buku, website, dan dokumen-dokumen dari pihak yang terkait.

⁴⁰ Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 112

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.⁴¹ pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan dari narasumber dengan menggunakan banyak waktu. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono, Pengertian wawancara sebagai berikut: Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data yang dicari.⁴² Wawancara ini dilakukan pada ketua Komunitas Binjai Sedekah Bersama. Tujuan menggunakan metode wawancara untuk memperkuat dan memperjelas data yang diperoleh yaitu data tentang pola komunikasi serta profil Binjai

⁴¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), hlm. 62

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2010), hlm. 194

Sedekah Bersama. Wawancara merupakan kegiatan yang dilakukan langsung oleh peneliti yang mengharuskan antara peneliti serta narasumber bertatap muka sehingga dapat melakukan tanya jawab secara langsung.

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan oleh peneliti secara sistematis terhadap obyek yang diteliti guna menyempurnakan penelitian. Yang menjadi objek observasi dalam penelitian ini ialah komunitas Binjai Sedekah Bersama, dimana yang akan di obesrvasi ialah pola komunikasi yang digunakan komunitas BSB dalam melakukan berkomunikasi dengan masyarakat guna mengajak masyarakat Binjai untuk gemar bersedekah, serta peneliti melakukan obeservasi dengan cara pengamatan dan pencatatan mengenai kegiatan yang dilakukan oleh komunitas BSB.

3. Dokumentasi

Menurut Hamidi, Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian.⁴³ Pengumpulan data dengan cara dokumentasi

⁴³ Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*, (Malang: UMM Press, 2004), hlm. 72

merupakan suatu hal dilakukan oleh peneliti guna mengumpulkan data dari berbagai hal media cetak membahas mengenai narasumber yang akan diteleti. Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk mencari tahu tentang profil Binjai Sedekah Bersama. Serta dokumentasi berupa foto-foto kegiatan komunitas BSB mulai kegiatan setiap Minggu nya dan kegiatan rutin yang dilakukan setiap bulannya.

F. Analisis Data

Setelah data informasi dan keterangan lain telah terkumpul seluruhnya, maka penelitian ini diolah sesuai dengan jenis datanya. Dimana hal pertama yang dilakukan berupa mendapatkan sumber data yang berupa informasi mulai dari tempat, dokumen, dan data-data yang dimaksud. Yang kedua yaitu peneliti mengumpulkan data yang didapat dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dan yang ketiga ialah waktu pengumpulan data yang merupakan kapan dilaksanakannya pengumpulan data. Setelah data diperoleh, peneliti selanjutnya menyajikan data yaitu pemberian kesimpulan informasi yang disusun, dan memungkinkan untuk penarikan kesimpulan.

Semua data yang telah didapat melalui wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian disajikan dalam bentuk kesimpulan terkait dengan komunitas Binjai Sedekah Bersama. Di dalamnya mencakup dengan pola komunikasi komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Binjai gemar bersedekah, pendekatan komunikasi komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Binjai gemar bersedekah, keberhasilan komunikasi komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam mengajak masyarakat Binjai gemar Bersedekah dan hambatan yang terjadi pada saat

komunitas Binjai Sedekah Bersama mengajak masyarakat Binjai untuk gemar bersedekah. Kesimpulan yang dibuat merupakan hasil yang sebenar-benarnya selama proses wawancara, observasi dan dokumentasi di komunitas Binjai Sedekah Bersama. Hasil dari ini semua menjadi isi dan pemaparan dalam Bab berikutnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Singkat Binjai Sedekah Bersama

Binjai Sedekah Bersama atau biasa disebut BSB, terbentuk pada 3 Maret 2016. Awal terbentuknya komunitas ini karena didasari keinginan membuat satu pergerakan kaum muda di Binjai. Pergerakan ini berisikan kepedulian antar sesama dan bersifat mengajak kaum muda melakukan kegiatan positif. Komunitas ini didirikan tidak hanya bergerak di bidang sosial, namun juga mengandung unsur keagamaan yang islamiyah. Visi dan misi dari BSB mengajak semua kalangan di Binjai untuk belajar bersedekah serta memahami keutamaan bersedekah, dalam menjalankan Visi dan misi itu, mereka mengemas secara kreatif dan menarik sehingga membuat cara bersedekah menyenangkan.

BSB memiliki kegiatan rutin bersama anak yatim selain itu setiap minggunya mereka membuat kajian untuk dihadiri anak-anak muda. BSB sebuah komunitas yang berasal dari Kota Binjai yang beranggotakan berbagai elemen masyarakat mulai dari kaum-kaum muda, pelajar, dan mahasiswa mendominasi komunitas tersebut. Komunitas ini biasa berkumpul di Masjid Agung Binjai di jalan Soekarno-Hatta, Timbang Langkat, Binjai Timur, Kota Binjai, Sumatera Utara 20735. Yang diketuai oleh Hartono dan juga seorang penasehat yaitu saudara Ibnu Jarot Al Jauhari. Program rutin dalam komunitas BSB terbagi dalam kegiatan mingguan dan bulanan, dalam kegiatan mingguan yaitu BSB melakukan buka puasa bersama Senin Kamis untuk

seluruh anggota dan umum, pada hari Sabtu sehabis Shalat zhuhur ada kegiatan tahsin khusus wanita yang dilakukan oleh komunitas ini, selain itu pada hari Minggu sehabis zhuhur diadakan kajian umum khusus wanita.

Kegiatan rutin bulanan yaitu sembako untuk kaum duafa, santunan anak yatim, merupakan dana untuk disalurkan kepada kaum duafa dan anak yatim melalui sumbangan, penggalangan dana, serta dari anggota. Peran ketua komunitas ini dalam mengajak masyarakat untuk gemar bersedekah melalui komunikasi tatap muka atau secara interpersonal, karena sang ketua berkomunikasi secara langsung kepada masyarakat disaat adanya kegiatan pembagian sumbangan kepada kaum dhuafa.

B. Pola komunikasi komunitas Binjai Sedekah Bersama dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah.

Agar suatu ide atau gagasan dapat tersalurkan, tentu harus adanya komunikasi yang dilakukan, dimana komunikasi yang dilakukan dapat memberikan informasi kepada orang lain tentang suatu ide atau gagasan yang ingin kita sampaikan. Untuk itu dalam mengajak masyarakat Binjai gemar bersedekah maka ketua komunitas Binjai sedekah bersama terjun langsung kelapangan untuk mengetahui karakter masyarakat secara langsung sehingga mempermudah komunikasi antara ketua komunitas BSB dengan masyarakat maka komunikasi yang dilakukan oleh saudara Hartono ialah secara interpersonal dimana komunikasi yang dilakukan secara dua arah dengan masyarakat setempat. Selain melakukan interpersonal dengan masyarakat saudara Hartono juga melakukan komunikasi interpersonal dengan sesama anggota lainnya, untuk saling

berbagi informasi yang berkaitan dengan kegiatan komunitas BSB. Sama halnya dengan ketua BSB para ketua bidang divisi juga berkomunikasi secara interpersonal. Namun yang membedakan ialah para ketua bidang divisi lebih banyak berkomunikasi dengan anggota biasa karena para ketua bidang divisi mendapatkan informasi dari anggota lainnya.

Sedangkan pola komunikasi yang digunakan yaitu pola komunikasi Y, dimana penggunaan pola komunikasi berkaitan dengan bagaimana cara ketua BSB mendapatkan informasi untuk dapat mengajak masyarakat Binjai gemar bersedekah. Penggunaan pola komunikasi Y memiliki alasan dimana saudara Hartono berkomunikasi dan mendapatkan informasi dari para ketua Divisi. Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh ketua Binjai sedekah bersama yaitu saudara Hartono mengatakan bahwa mereka menggunakan grup *Whatsapp* sebagai media berkomunikasi untuk membahas setiap *Event* atau kegiatan yang akan dilakukan.

Kebetulan kita di BSB mempunyai grup *Whatsapp* sebagai media komunikasi kita, entah kita berkomunikasi masalah *Event*, kegiatan dan lain-lainnya kita bahas di grup, untuk saya pribadi selain ada grup umum semuanya kita juga ada grup pengurus di situ terkhusus untuk ketua divisi antara lain ketua divisi dakwah, ketua divisi sosial, ketua divisi kewirausahaan, jadi di grup itu kita membahas ada apa? Ada *Event* nah kita akan bahas di grup khusus para pengurus. Seperti dari divisi dakwah ada *Event* sembako untuk kaum duafa ya kita bahas di situ, setelah itu kita musyawarahkan kita rapatkan saat setelah udah yakin kita *share* ke grup umum.⁴⁴

Dari hasil wawancara diatas, dapat kita ketahui bahwa pola komunikasi yang digunakan pola komunikasi Y. Dikarenakan ketua BSB mendapatkan informasi dan

⁴⁴ Hartono, *Pola Komunikasi BSB*, Wawancara Pribadi, Binjai, Senin 18 Maret 2019 15:46 Wib.

menyalurkan informasi melalui ketua bidang divisi, setelah itu barulah informasi sampai pada para anggota dan sebaliknya para anggota yang ingin menyampaikan informasi hanya bisa menyampaikan ke ketua bidang divisi setelah itu ketua bidang divisi baru menyampaikan ke ketua komunitas. Selain itu komunikasi yang digunakan oleh ketua komunitas BSB ialah komunikasi secara interpersonal, atau komunikasi secara langsung dengan masyarakat. Dimana pada saat mereka terjun kelapangan disitulah kesempatan ia untuk mengajak dan berkomunikasi dengan masyarakat.

Seperti halnya dalam wawancara yang dilakukan oleh saudara Hartono mengatakan mungkin untuk mengajak masyarakat saat kita turun langsung kelapangan, kita memanfaatkan situasi seperti sembako untuk kaum dhuafa, kan kita langsung ngasih tuh ya kerumah-rumah, nah kita sekalian kita selip-selipkan dakwah sedikit lah. Nah pada saat kita seperti itu bakal banyak tetangganya yang hadir, nah itulah kita memanfaatkan kesempatan itu.⁴⁵

Dari wawancara diatas dapat kita lihat bahwa untuk mengajak masyarakat melalui sedekah ialah dengan cara komunikasi secara langsung dengan demikian masyarakat akan lebih mudah memahami dan juga komunitas BSB akan langsung mendapatkan *feed back*. Cara mengajak masyarakat Binjai agar gemar bersedekah itu dengan cara menyampaikan pesan dakwah tentang keutamaan sedekah ataupun lainnya, selain menyampaikan pesan dakwah para anggota komunitas BSB juga memberikan dukungan pada masyarakat yang mendapatkan musibah, sehingga timbulah rasa ingin membantu dari masyarakat sekitar karena melihat kegiatan positif dari komunitas BSB.

⁴⁵ Hartono, *Komunikasi Interpersonal*, Wawancara Pribadi, Binjai, Senin 18 Maret 2019 15:46 Wib.

C. Pendekatan Komunikasi Komunitas Binjai Sedekah Bersama Dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah.

Pendekatan dalam berkomunikasi perlu digunakan agar komunikasi berjalan dengan lancar serta berkurangnya gangguan dalam berkomunikasi, untuk itu dalam mengajak masyarakat Binjai untuk gemar bersedekah perlu digunakan pendekatan yaitu pendekatan hubungan antar pribadi. Seperti halnya yang diucapkan saudara Hartono dalam wawancara yang dilakukan.

Biasanya pendekatan yang dilakukan saat turun langsung di lapangan misalnya pada saat pembagian sembako untuk kaum dhuafa nah kita kan langsung menemui masyarakat disitulah kesempatan kita untuk melakukan pendekatan dengan cara menyampaikan sedikit pesan dakwah kepada masyarakat. Selain itu untuk pendekatan kepada remaja lebih menggunakan sosial media dimana kami memposting meme yang bersangkutan dengan sedekah atau pesan dakwah lainnya.⁴⁶

Dari wawancara diatas kita dapat melihat pendekatan yang dilakukan ialah pendekatan hubungan pribadi dimana ketua komunitas BSB turun langsung ke lapangan dan melakukan pendekatan komunikasi dengan masyarakat, agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif serta adanya *Feedback* dari masyarakat. Sehingga pesan yang disampaikan dapat tersalurkan tepat sasaran atau langsung diterima oleh masyarakat tanpa adanya gangguan.

Namun selain pendekatan dengan masyarakat, komunitas ini atau tepatnya ketua komunitas BSB juga melakukan pendekatan dengan para anggota, agar dapat memperkuat kekompakan terhadap sesama anggota. Hal itu ia sampaikan dalam wawancara yang dilakukan dimana saudara Hartono mengatakan kami memiliki dua grup, dimana yang pertama grup inti dimana disitu diisi oleh seluruh anggota yang kebanyakan anak remaja, dan yang kedua grup khusus untuk para donatur, dimana isi

⁴⁶ Hartono, *Pendekatan Komunikasi*, Wawancara Pribadi, Binjai, Senin 18 Maret 2019 15:46 Wib.

nya para orang-orang yang berusia 30 tahun ke atas, karena awalnya kami ingin mengajak orang-orang dewasa yang berusia 30 tahun keatas untuk bergabung, namun kebanyakan dari mereka sedikit yang tertarik, maka kami membedakan grup nya. Karena kita tahu kalau anak remaja ini pembahasannya gimana lah yakan, nah berbeda dengan yang sudah dewasa, mereka lebih banyak meng *share* tentang dakwah dan hadis. Namun kalau anak-anak remaja itu kebanyakan bahas bercandaan, dan ya saya juga ikut nimbrung disitu.⁴⁷

Dari hasil wawancara diatas, peneliti dapat melihat bahwa pendekatan dengan anggota lainnya juga perlu dan penting, agar kekompakan makin kuat antar sesama anggota. Namun adanya pembedaan grup juga tidak mengurangi pesan yang disampaikan kepada anggota yang lain. Dilakukannya pengelompokan grup dikarenakan adanya perbedaan usia dan pembahasan sehingga ketua komunitas BSB memutuskan membuat dua grup yang berbeda.

Dikarenakan takut terjadi perselisihan akibat perbedaan usia dan pembahasan. Karena peneliti ketahui dari hasil wawancara bahwa cukup banyak yang ingin bergabung di grup BSB, namun untuk orang-orang yang berusia 30 tahun ke atas masih kurang tertarik untuk bergabung. Namun sebaliknya anak-anak yang berusia remaja banyak yang ingin bergabung di grup BSB.

Dikesempatan lain kami juga memanfaatkan media sosial, biasanya kami membuat meme dan segala macam.

Pendekatan menggunakan media efektif digunakan oleh suatu komunitas atau organisasi agar dapat melakukan interaksi dengan masyarakat dengan mudah, dimana saja dan kapan saja tanpa adanya kendala.

⁴⁷ *Ibid...*, Wawancara Pribadi, Binjai, Senin 18 Maret 2019 15:46 Wib.

Hasil wawancara pendekatan ilmiah dalam penelitian ini disebutkan bahwa pemanfaatan ketua divisi dan pemanfaatan member atau anggota, seperti halnya yang disebutkan oleh saudara Hartono dalam wawancara mengatakan

Kita memanfaatkan member, kita memanfaatkan grup. Ada tidak di daerah kalian orang yang membutuhkan.⁴⁸

Pemanfaatan member dan grup berguna untuk penghematan waktu dalam menyelesaikan tugas yang spesifik. Dimana saat komunitas BSB melakukan kegiatan maka mereka akan menunjuk ketua divisi yang telah ditentukan, dan ketua divisi menunjuk anggota lain untuk membantu tugasnya. Agar tugas yang dikerjakan dapat selesai tepat waktu dan berjalan dengan baik. Selain itu dengan adanya pemanfaatan ketua divisi dan anggota bisa memudahkan komunitas mencari informasi dan melakukan pendekatan dengan masyarakat.

Hasil wawancara dengan ketua divisi yang menjadi narasumber peneliti bahwa, sama halnya dengan ketua komunitas. Dimana pendekatan interpersonal dilakukan agar masyarakat lebih mengetahui dan juga mendapatkan *feed back* langsung di masyarakat, terutama ketua divisi kewirausahaan, beliau melakukan pendekatan komunikasi dengan masyarakat pada saat memasarkan produk-produk milik komunitas BSB seperti pin, *hand shock*, dan lain-lain. Namun ketua divisi dibantu oleh anggota untuk memasarkan produk kepada masyarakat, biasanya mereka memasarkan produk pada saat ada kegiatan atau kajian besar di masjid agung Binjai.

⁴⁸ *Ibid...*, Wawancara Pribadi, Binjai, Senin 18 Maret 2019 15:46 Wib.

D. Keberhasilan Komunikasi Komunitas Binjai Sedekah Bersama Dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah

Adapun keberhasilan yang telah diraih oleh ketua komunitas BSB dalam mengajak masyarakat Binjai untuk gemar bersedekah. Dimana keberhasilan pertamanya ialah keberhasilan dalam berkomunikasi sehingga berhasil masyarakat untuk bersedekah dan saling membantu. Walaupun jumlah masyarakat yang berhasil untuk diajak untuk gemar bersedekah tidak terlalu banyak.

Kesempatan pada saat mengajak masyarakat untuk gemar bersedekah pada saat kami terjun langsung ke lapangan, misalnya pada saat sedekah untuk kaum dhuafa kemarin, kami kan langsung mendatangi rumah warga. Pada saat itulah kesempatan untuk mengajak bersedekah dengan cara menyampaikan pesan dakwah tentang pentingnya sedekah, manfaat sedekah. Selain itu kami juga menyampaikan pentingnya saling membantu kepada saudara muslim.

Dari hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa keberhasilan dalam mengajak masyarakat Binjai gemar bersedekah ialah dengan mengajak secara langsung agar pesan yang disampaikan bisa langsung diterima dan juga mendapatkan *feed back* secara langsung. Karena hal itu komunitas BSB bisa mengetahui apa yang diinginkan oleh masyarakat sehingga mereka bisa mengembangkan program-program mereka dan membuat inovasi lain yang bisa lebih membantu masyarakat, sehingga semakin banyak masyarakat yang gemar bersedekah dan saling membantu sesama.

Selain keberhasilan berkomunikasi yang menjadi patokan dalam mengajak masyarakat Binjai untuk gemar bersedekah ialah dengan banyaknya program yang

berhasil dilakukan misalnya, sembako untuk kaum dhuafa yang sejak awalnya BSB dibentuk hanya menargetkan 50 paket namun sekarang bisa melebihi 50 paket.

Kita memiliki paket sekitar 50 paket, kemarin itu sekitar 20 paket atau 30 paket makanya dibagi ke Binjai Timur. Target awal 50 paket namun alhamdulillah kemarin kita bisa memberikan lebih dari 50 paket. Selain bantuan paket sembako kami juga memeberikan bantuan berupa uang tunai pada saat musibah kebakaran di Binjai Barat.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa keberhasilan pembagian paket sembako bisa melebihi target dikarenakan cukup banyak masyarakat yang sudah gemar bersedekah, sehingga banyak masyarakat ikut membantu dengan cara memberikan sedekah mereka melalui komunitas BSB dan selanjutnya komunitas BSB memberikan bantuan kepada masyarakat yang kurang mampu. Alasan mengapa jumlah paket dibatasi agar pembagian dapat merata dikarenakan nama komunitas ini ialah Binjai Sedekah Bersama, sehingga komunitas ini lebih ingin berkonsentrasi di Binjai. Walaupun begitu komunitas ini juga tidak mengabaikan daerah lainya.

Keberhasilan lainya ialah semakin banyak remaja yang ingin bergabung ke komunitas BSB ini, seperti yang disebutkan oleh ketua komunitas yaitu saudara Hartono mengatakan bahwa

disaat saya pribadi menyampaikan pesan-pesan dakwah di grup umum pasti banyak diantara mereka yang mengirim ulang pesan-pesan itu kepada teman-temannya, sehingga banyak yang ingin bergabung dan masuk ke grup umum, sebanyak 90% anak remaja yang bergabung di BSB.

Peneliti melihat bahwa banyak anak remaja yang tertarik untuk bergabung dalam komunitas ini dibanding dengan mereka yang sudah dikatakan lebih dewasa. Hal itu mungkin dikarenakan anak remaja masih mencari jati diri mereka sehingga

memutuskan untuk masuk ke komunitas ini dan bisa juga banyaknya anak remaja karena mereka sadar bahwa masih banyak masyarakat yang kurang sadar akan pentingnya bersedekah.

Berbeda dengan keberhasilan menurut ketua umum, keberhasilan komunikasi menurut para ketua bidang divisi sangat berbeda-beda dimana salah satunya ialah dalam bidang dakwah akhwat saudari Isma yunita Nasution bahwa keberhasilan menurutnya ialah pada saat banyak para akhwat yang mengikuti kajian rutin yang dilakukan, dikarenakan komunikasi yang dilakukan berarti sampai kepada masyarakat sehingga mereka dapat hadir untuk mengikuti kajian yang dilaksanakan. Hampir sama dengan halnya menurut ketua divisi Indra Bowo yang menurutnya sebuah keberhasilan yang ia rasakan adalah pada saat banyak masyarakat yang banyak ikut membantu, dan banyak masyarakat yang antusias hadir di setiap kegiatan yang dilakukan oleh komunitas BSB, selain itu banyak masyarakat yang kurang mampu dapat di bantu dengan adanya sembako untuk kaum dhuafa yang dilakukan oleh komunitas BSB.

Selain itu dapat peneliti lihat bahwa, keberhasilan yang sangat signifikan ialah, anak yatim sangat diperhatikan dengan adanya komunitas ini. Karena pada setiap bulannya bukan hanya membagikan sembako untuk kaum dhuafa, komunitas ini juga melakukan kumpul bersama dengan anak yatim. Dimana dengan adanya kegiatan itu juga masyarakat semakin tahu bagaimana komunitas ini berjalan dan apa saja program-program yang sudah dilakukan.

E. Hambatan Pola Komunikasi Binjai Sedekah Bersama dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah

Ketika seseorang atau sebuah organisasi ingin menggapai suatu tujuan terkadang sering kali mengalami yang namanya hambatan, hambatannya segala sesuatu yang mengganggu kelancaran komunikasi serta akan menghambat keberhasilan pesan yang ingin disampaikan kepada objek sasaran menjadi berkurang. Hambatan yang dimaksud dapat terjadi dari luar maupun dari dalam organisasi.

Hambatan yang biasa terjadi dalam komunitas BSB hambatan yang dikarenakan kurangnya pengetahuan atau ketidak tahuan tentang anggota BSB seperti halnya yang dikatan oleh ketua komunitas BSB bahwa

kebanyakan anggota hanya muncul di grup namun pada saat adanya kegiatan, kebanyakan dari mereka saat adanya kegiatan mereka tidak hadir. Kita merasa lebih enak jika ngobrol secara langsung, jika di *whatsapp* akan adanya intonasi yang tidak sesuai, misalnya pada saat saya mau menawarkan jambu monyet dipikirnya saya mau memaki mau jambu, monyet ?? sering terjadi kendala disitu.

Yang menjadi hambatan pertama ialah hambatan dalam penggunaan bahasa, dimana dapat peneliti lihat jika ketua berkomunikasi melalui grup *whatsapp* akan menimbulkan perbedaan perspektif, dikarenakan hal itu maka hal yang lebih baik dilakukan ialah berkomunikasi secara langsung. Dikarenakan yang dapat kita ketahui komunikasi secara langsung dapat meminimalisir hambatan komunikasi yang terjadi.

Selain itu yang menjadi hambatan ialah permasalahan tempat dimana terkadang pihak BKM Masjid Agung Binjai kurang mendukung kegiatan-kegiatan komunitas

BSB seperti yang dikatakan oleh saudara Hartono dalam wawancara mengatakan bahwa

padahal kami buka puasa disitu, membuat kajian disitu, pusatnya mungkin semua disitu. Kenapa kami memilih Masjid Agung, satu memang letaknya lebih strategis, yang kedua kita kepingin meramaikan itu masjid, hari ini Masjid hanya didominasi oleh kalangan orang tua. Kita kepinginnya anak-anak muda ngumpul di Masjid, walaupun banyak tantangan kita untuk ke Masjid terutama anak muda.

Seringnya terjadi *missed communication* antara pihak BKM Masjid Agung dan pihak komunitas menjadi alasan selanjutnya padahal pihak komunitas sering mengajak pihak BKM untuk bertukar pikiran atau bertukar pendapat dikarenakan setiap kajian-kajian besar yang dilakukan di Masjid Agung biasanya atas inisiatif komunitas BSB namun terkadang pihak BKM menolak dan tidak jarang terjadi perbedaan pendapat.

Kami belum ada donatur tetap yang memberikan bantuan kepada komunitas ini sehingga kami mencari dana melalui masyarakat-masyarakat umum ataupun donatur yang tidak tetap selain itu komunitas ini menggalang dana melalui para anggota namun dikarenakan kebanyakan komunitas ini masih pelajar maka dana terkumpulpun tidak terlalu banyak. Selain itu kami juga menjual berbagai barang untuk menambah pendapatan.

Yang dapat peneliti simpulkan ialah yang menjadi hambatan selain bahasa dan tempat, dana juga menjadi hambatan dikarenakan tidak adanya donatur tetap membuat komunitas ini tidak melakukan pergerakan yang besar. Hal ini dikarenakan komunitas ini tidak hanya ingin membantu masyarakat Binjai namun juga ingin membantu masyarakat di daerah lainnya. Hal lain yang menjadi hambatan ialah kurangnya tenaga yang memegang peran disosial media sehingga masih kurangnya promosi yang dilakukan untuk mengembangkan komunitas BSB.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan analisis yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pola komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Binjai sedekah bersama dalam mengajak masyarakat Binjai gemar bersedekah ialah:

1. pola komunikasi yang digunakan ialah pola komunikasi Y dimana ketua komunitas lebih banyak berkomunikasi dengan para ketua divisi yang telah dibentuk, serta jika para anggota yang ingin berkomunikasi atau memberikan informasi harus melalui para ketua divisi yang bersangkutan. Setelah itu barulah ketua divisi menyampaikan kepada ketua dan akan di musyawarahkan dan didiskusikan bersama. Saat semua selesai didiskusikan setelah itu informasi akan di kirimkan kembali kepada para anggota. Selain penggunaan pola komunikasi Y, ketua komunitas ini juga menggunakan komunikasi secara interperonal kepada masyarakat secara langsung pada saat mereka terjun langsung ke lapangan pada saat memberikan bantuan, pada saat itulah kesempatan mereka buat mengajak masyarakat untuk gemar bersedekah dengan cara menyampaikan pesan dakwah tentang pentingnya bersedekah.
2. pendekatan yang dilakukan dalam pola komunikasi komunitas Binjai sedekah bersama ialah pendekatan interpersonal dan pendekatan ilmiah. Dimana pendekatan interpersonal yang dilakukan ialah dengan cara berkomunikasi secara langsung kepada

masyarakat untuk mengajak mereka gemar bersedekah, selain itu penggunaan pendekatan ilmiah ialah berguna untuk mempersingkat waktu dalam menjalankan sebuah tugas agar lebih efektif, dimana hal ini dilakukan dengan cara membentuk ketua divisi-divisi tertentu agar mereka bisa bekerja sesuai bidangnya pada saat adanya acara besar sehingga tidak perlu repot menentukan hal-hal lainnya. Dikarenakan sudah adanya ketua divisi di bidang masing-masing sehingga mereka yang bertanggung jawab akan jalannya acara.

3. keberhasilan dalam pola komunikasi ini ialah berhasil mengajak masyarakat untuk gemar bersedekah dilihat dari banyaknya paket yang terkumpul serta semakin banyak remaja yang ingin bergabung kedalam komunitas BSB ini.

4. hambatan dalam penelitian ini ialah hambatan penggunaan bahasa, tempat dan dana. Dimana dikarenakan kebanyakan anggota yang hanya muncul digrup terkadang intonasi penyampaian pesan kepada anggota sering terjadi kesalahan pengartian, selanjutnya ialah hambatan tempat, dikarenakan pihak BKM mesjid Agung Binjai kurang mendukung akan kegiatan komunitas ini, terkadang masih sering terjadi perbedaan pendapat antara komunitas dengan pihak pengurus mesjid. Yang menjadi hambatan terakhir ialah keterbatasan dana, dikarenakan komunitas ini belum ada donatur tetap, mereka hanya bisa menggalang dana dari para anggota ataupun menggalang dana dari masyarakat umum pada saat kajian dilakukan.

B. Saran

Dari uraian yang dikemukakan dan fakta yang ditemukan. Maka saran-saran penulis sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sebagai tambahan referensi dalam perkembangan kajian keilmuan, khususnya dalam bidang komunikasi, serta diharapkan dalam penelitian ini bisa memberikan pengetahuan tentang pola komunikasi organisasi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para praktisi komunikasi, Lembaga Kemanusiaan, dan juga komunitas-komunitas yang berjalan di bidang sosial. Terlebih penelitian ini dapat berguna untuk mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara jurusan Komunikasi Penyiaran Islam agar lebih mengetahui pola komunikasi yang efektif dan efisien dalam komunikasi organisasi.
3. Menambah motivasi bagi penulis untuk terus aktif dalam berbagai macam penelitian, sekaligus sebagai tambahan referensi bagi para peneliti yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, G. 2011. *Zakat Infak Sedekah*. Jakarta: Media Komputindo.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad, Abdul Wahab Sayyid Hawwas. 2010. *Fiqih Ibadah*. Jakarta: Amzah.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Blog Psikologi, *Sifat dan Pola Aliran Informasi dalam Komunikasi Organisasi*. <http://blogpsikologi.blogspot.com/2016/05/sifat-dan-pola-aliran-informasi-dalam.html>. Di akses pada 27 Maret 2019, pukul 20:38 wib.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Devito, Joseph A. 2010. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Karisma Publishing Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Firen, *Struktur Jaringan Komunikasi Organisasi*, <http://firenstory.blogspot.com/2010/02/struktur-jaringan-komunikasi-organisasi.html>. Di akses pada 27 Maret 2019, pukul 20:54 wib.
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Ilmu Psikologi. *Proses Pengiriman Pesan*. http://psikologi35.rssing.com/channel/58188938/all_p9.html. Di akses pada 27 Maret, Pukul 20:42 wib.
- Komunita.Id. 2016. *Binjai Sedekah Bersama: Gerakan Kepedulian Anak Muda Terhadap Sesama*, <https://komunita.id/2016/11/14/binjai-sedekah-bersama->

gerakan-kepedulian-anak-muda-terhadap-sesama/. Di akses pada 21 Maret 2019, Pukul 13:29 wib.

- Liliweri, Alo. 2015. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Masmuh, Abdullah. 2008. *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Press.
- Muhammad, Arni. 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Miftah, Thoha. 2002. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Rosdakarya.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sunarto, Achmad. 2015. *Indahnya Sedekah*. Surabaya: Menara Suci.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Vardiansyah, Dani. 2005. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Depok: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Widjaja, W. A. 2009. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Weli Kurniawan. 2012. Arti Sedekah dan Keutamaannya, <http://blog.wakafquran.org/arti-sedekah-dan-keutamaannya-berdasarkan-al-quran-serta-hadist-nabi/>. Di akses pada 22 Maret 2019, Pukul 11:55 wib.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Saat mengikuti kegiatan Pusaka (puasa senin-kamis) dengan komunitas BSB



Saat mengikuti kegiatan penggalangan dana untuk korban kebakaran bersama komunitas BSB





Saat mengikuti kegiatan penggalangan dana untuk korban kebakaran Bersama komunitas BSB











Saat memberikan bantuan kepada korban kebakaran



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Williern Iskandar Pasar V Medan Estate 20371
Telp. 6615683 – 6622925, Fax. 6615683

Nomor: B-1508/DK.I/TL.00/7/2019

Medan, 11 Juli 2019

Lamp : -

Prihal : **Mohon Izin Riset**

Yang Terhormat :
Kepala Kantor Komunikas Binjai Sedekah Bersama .

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan yaitu :

Nama : Hisyam Ali
NIM : 11154040
Semester : VIII (Delapan)
TTL : Jepara, 11 Juli 1997
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Alamat : Jl. Periuk 39 RT.00/00 Kel Sei Tengah, Medan Petisah
Kota Medan

sedang melaksanakan penulisan skripsi berjudul : "**Pola Komunikasi Komunitas Binjai Sedekah Bersama Dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah.**" Untuk kelancaran penulisan dimaksud, mohon bantuan Bapak memberikan keterangan dan data yang dibutuhkan dalam penelitian dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan perhatian Bapak diucapkan terima kasih.

Wassalam
An. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Dan Kelembagaan



D. Efi Brata Madya, M.Si
NIP. 19670610 199403 1003

Tembusan:

-Ketua Prodi KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara.



BINJAI SEDEKAH BERSAMA

Sekretariat : Jl. Soekarno Hatta, Kota Binjai
Contac Person : 081262179907 / 081265665881

SURAT KETERANGAN

Nomor: 20/ / 09/2019

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan, Nomor: B- 1508/DK.I/TL.00/7/2019, hal: Izin Mengadakan Penelitian tertanggal 11 Juli 2019, maka Ketua Komunitas Binjai Sedekah Bersama dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini:

Nama : Hisyam Ali
NIM : 11154040
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Prodi : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : S1

Benar telah mengadakan penelitian di komunitas Binjai Sedekah Bersama pada Bulan Juli 2019 s/d September guna melengkapi data pada penyusunan Skripsi yang berjudul: **“Pola Komunikasi Komunitas Binjai Sedekah Bersama Dalam Mengajak Masyarakat Binjai Gemar Bersedekah”**

Demikian Surat Keterangan diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Binjai, 27 September 2019

Ketua Komunitas,


HARTONO
