

**STRATEGI KOMUNIKASI BAZNAS KEPAHIANG
DALAM MENGHIMPUN ZAKAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.I)
Pada Fakultas Dakwah dan Ushuluddin



Oleh :

**NINA ANGRIYANI
NIM. 14521036**

**FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) CURUP**

2019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
Jln. Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp.(0732) 21010-21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 53 /In. 34/FU.I/PP.00.9 / 03 / 2019

Nama : NINA ANGRIYANI
NIM : 14521036
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul : Strategi Komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam Menghipun Zakat

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari Tanggal : Senin , 07 Januari 2019
Pukul : 10:30 – 12:00 WIB
Tempat : Gedung Aula Dakwah IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana S.Sos dalam Bidang Ilmu Usuluddin Adab dan Dakwah

Curup, Maret 2019

TIM PENGUJI

Ketua

Bakti Komalasari, S.Ag.,M.Pd
NIP. 19701107 20003 2004

Sekretaris

Pajrun Kamil, S. Sos. I., M.I. Kom

Penguji I

Hariya Toni, MA
NIP 19820510 200912 1 003

Penguji II

Anrial, S.Sos. I., MA
NIK. 160802016

Dekan



Hal : Pengajuan Skripsi
Kepada Yth,
Bapak Ketua IAIN Curup
Di –
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

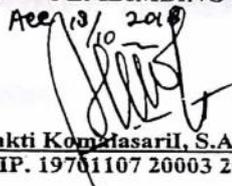
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat skripsi saudari Nina Angriyani yang berjudul "**Strategi Komunikasi Baznas Kepahiang Dalam Menghimpun Zakat**", sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Curup, 16 oktober 2018

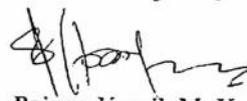
PEMBIMBING I

Acc 13/10 2018


Bakti Komalasari, S.Ag.,M.Pd
NIP. 19701107 20003 2004

PEMBIMBING II

Acc 10/09 2018


Pajrun Kamil, M. Kom.I

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nina Angriyani

Nomor Induk Mahasiswa : 14521036

Fakultas : Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Baznas Kepahiang Dalam Menghimpun Zakat

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Curup, 2018


NINA ANGGRIYANI
NIM: 14521036

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang maha suci, yang telah memberikan limpahan nur iman, nur Islam, nur tauhid kedalam rohaniku hingga seluruh gerakku dalam menyelesaikan skripsi ini adalah oleh Engkau, karena Engkau dan untuk Engkau wahai zat yang agung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Kepada Nabi Muhammad SAW. sebagai sumber inspirasi ilmu di jagat ini tanpa zaman keemasan Islam yang dibangunnya tidak akan ada ilmu yang kupelajari saat ini.

Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun Zakat” ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan di dalam menyelesaikan studi sarjana S-1 di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup.

Pada kesempatan ini pula, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, bantuan yang berharga baik secara moril maupun materil bagi penulis sehingga dapat terwujudnya skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Rahmat Hidayat, M. Ag selaku Ketua IAIN Curup.
2. Bapak Dr. H. Lukman Asha, M.Pd.I selaku wakil ketua IAIN Curup.
3. Bapak Hariya Toni, selaku ketua Jurusan Dakwah.

4. Ibu Yuyun Yumiarti, MT selaku ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).
5. Bapak Wandi Syahindra selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan dan hingga selesai tugas akhir ini.
6. Ibu Bakti Komalasari, S.Ag, M.Pd, selaku Pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini yang selalu memberi bimbingan, arahan, saran, dan motivasi untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Pajrun Kamil, selaku Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan dengan penuh kesabaran dan ikhlas meluangkan waktu untuk membimbing dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Bapak Drs. Nurdin, M selaku Ketua BAZNAS Kepahiang.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, berharap agar skripsi ini bisa dimanfaatkan bagi semua orang dan penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kepada Allah SWT memohon ampun.

Curup, 2018

Penulis

Nina Angriyani
NIM. 14521036

MOTTO

**FILANTROPI MERUPAKAN SEBUAH WADAH UNTUK MENINGKATKAN
KUALITAS IBADAH SESEORANG**

PERSEMBAHAN

Disebabkan oleh cinta, sebuah karya yang ditulis dengan sepenuh perjuangan dan do'a ini kupersembahkan untuk

Allah SWT, engkau teramat luar biasa! Engkaulah yang senantiasa mengingatkan hamba, bahwa keajaiban tak harus dikejar hingga keujung dunia ataupun menantinya!.. tapi keajaiban itu tercipta dalam hati yang penuh keyakinan!..

Manusia ter-agung sepanjang masa! Rasulullah muhammad SAW. semoga untaian shirohmu menjadi hidayah bagi jiwa yang gersang ini sehingga bersemi kembali untuk istiqamah mengikuti perjuanganmu menjadi cahaya umat yang kian terang benderang.

Teristimewa untuk Ayahandaku Elhadi dan Ibunda tercinta Martini, dan ayuk ku Ariska yang telah memotivasi dalam menyelesaikan pendidikanku.

Seluruh keluarga besarku, terutama bibik ku Sunarti, kakak ku Nera Iskandar dan juga adik ku Ita Nurjannah yang sudah banyak membatuku dalam menyelesaikan pendidikanku.

Semua teman seperjuanganku terutama irma, hesta, desti dan lita yang setia menemaniku dalam suka maupun duka.

Almamaterku IAIN Curup.

STRATEGI KOMUNIKASI BAZNAS KEPAHIANG

DALAM MENHIMPUN ZAKAT

Abstrak: Strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memerhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam landasan penelitian ini, peneliti bertujuan untuk meneliti strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat, dilihat dari tujuan sentral dalam strategi komunikasi dan korelasi antarkomponen dalam komunikasi.

Jenis penelitian ini penelitian lapangan, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun pihak yang menjadi informasi dalam penelitian ini yaitu Ketua BAZNAS Kepahiang, wakil dan para staf-staf BAZNAS Kepahiang. Teknis pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan tiga metode yaitu induksi, deduksi dan triangulasi data.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat terdiri dari tujuan sentral dalam strategi komunikasi ini meliputi tiga tahapan pertama sosialisasi berupa pemberian informasi kepada masyarakat, kedua pembinaan berupa suatu arahan-arahan tentang suatu keharusan muzakki dan yang ketiga motivasi berupa penyampaian hikmah berzakat. Selanjutnya Korelasi Antarkomponen dalam Strategi Komunikasi sebagaimana diketahui bahwa muzakki yang ada di Kepahiang ini terbagi dalam beberapa komponen yaitu sasaran yang terorganisir oleh UPZ-UPZ (Unip Pengumpulan Zakat) yang telah dibentuk BAZNAS Kepahiang, dari UPZ tersebut dibuatlah grup media online yaitu facebook dan email dari media-media tersebut disampaikanlah tujuan-tujuan dari BAZNAS Kepahiang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Pertanyaan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Strategi Komunikasi	7
1. Pengertian Strategi	7
2. Pengertian Komunikasi.....	9
3. Pengertian Strategi Komunikasi	11
4. Tahapan Strategi	15
5. Fungsi Komunikasi	17

B. Fungsi Strategi Komunikasi.....	19
1. Tujuan Setral dalam Strategi Komunikasi	19
2. Korelasi Antarkomponen dalam Strategi Komunikasi	20
C. Pengertian Zakat	24
D. Dasar Hukum Zakat	25
E. Macam-macam Zakat.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian	30
B. Subjek Penelitian	31
C. Sumber Data.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Teknik Analisi Data	35

BAB IV KONDISI OBJEKTIF DAN LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Kondisi Objektif BAZNAS Kepahiang	37
1. Sejarah Singkat Berdirinya BAZNAS Kepahiang.....	37
2. Struktur Kepengurusan	39
3. Visi dan Misi BAZNAS Kepahiang	40
4. Program BAZNAS Kepahiang.....	40
B. Hasil Penelitian	42
1. Tujuan Setral dalam Strategi Komunikasi.....	42
2. Korelasi Antarkomponen dalam Strategi Komunikasi.....	51

BAB V PENEUTUP

A. Kesimpulan	56
B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model Perencanaan Strategi Lima Langkah	13
2. Model Perencanaan Komunikasi AIDDA	14
3. Struktur organisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)	39

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan kebutuhan setiap manusia dalam kehidupannya. Setiap individu tidak lepas dengan yang namanya komunikasi, baik dalam skala kecil maupun besar. Kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, Misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kebersamaan makna mengenai apa yang dipercakapan. berarti Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan.¹

Kebanyakan orang biasanya menjadikan komunikasi sebagai alat untuk melihat dan memahami orang lain seutuhnya. Tetapi komunikasi juga berperan penting dalam lingkungan organisasi maupun lembaga yang di dalamnya terdapat bermacam individu yang memiliki sifat, karakter, tingkahlaku yang berbeda-beda. Karena itu kemampuan berkomunikasi menjadi salah satu bagian penting untuk bekerjasama dengan orang lain.

Berhasil tidaknya suatu lembaga sangat ditentukan oleh strateginya karena strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu dan taktik oprasionalnya.²

¹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori Dan Filsafat komunikasi* (PT. Citra Aditya Bakti Bandung 2003), hal. 28

² Yusup Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi Filosofi, konsep dan Aplikasi*, (Bandung: Puataka Setia: 2015), hal. 115

Sedangkan syarat komunikasi efektif menurut Wilbur Scramm (1995), yaitu: pertama, pesan direncanakan dan disampaikan setepat mungkin untuk menarik perhatian sasaran yang dituju. Kedua, pesan menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga terjadi kesamaan pengertian. Ketiga, pesan membangkitkan kebutuhan pribadi dari sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan tersebut. Keempat, pesan menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok bahwa kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan respons yang dikehendaki.³

Jadi strategi komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu organisasi maupun suatu lembaga karena di dalam strategi komunikasi terdapat panduan dan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dengan situasi dan kondisinya.⁴

BAZNAS Kepahiang merupakan salah satu lembaga yang menaungi tentang menghimpunan zakat yang ada di Kabupaten Kepahiang, tetapi ia tidak menutupi

³ *Ibid*, hal. 118

⁴ Effendi, *Op Cit*, hal. 301

jalan bagi masyarakat yang ingin memberikan zakatnya melalui lembaga lain seperti Lembaga Amil Zakat (LAZ).⁵

Zakat juga berarti: berkah tumbuh, bersih, suci dan baik. Bagi orang yang mengeluarkan zakat, hati dan jiwanya akan menjadi bersih. Selain hati dan jiwanya bersih kekayaan dan hartanya akan menjadi bersih. Zakat dimaksudkan untuk membersihkan harta benda milik orang lain, yang dengan sengaja ataupun tidak sengaja, telah termasuk kedalam harta kita. Maka zakat wajib dikeluarkan.⁶

Secara garis besar, zakat dapat dibagi menjadi dua macam: pertama zakat jiwa (zakat nafs), yang ditengah-tengah masyarakat lebih dikenal dengan zakat fitrah, yaitu zakat yang dikeluarkan oleh muslim di bulan ramadhan sampai menjelang pelaksanaan sholat idul fitri. Kedua zakat harta (zakat mall) seperti zakat emas dan perak, perdagangan, peternakan, pertambangan dan harta temuan.⁷

Adapun beberapa masalah BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat yaitu: pertama, pemahaman muzakki tentang kewajibannya membayar zakat itu belum lengkap hingga tingkat kesadarannya akan suatu kewajiban itu masih kurang. Kedua, kebanyakan masyarakat malas membayar zakat karena kesibukan masing-masing, dan juga sebagian masyarakatnya beralasan karena kurangnya kebutuhan rumah tangga hingga zakat provesi yang harusnya ia bayar tidak dilaksanakan.

Dari permasalahan di atas BAZNAS Kepahiang memiliki strategi komunikasi sebagai solusi menghadapi masyarakat luas agar BAZNAS Kepahiang tetap

⁵ Didin Hafiduddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta, Gema Insani, 2002), hal. 130

⁶ Abdul Hamid, *Fiqih Zakat*, (Curup, Rejang Lebong LP2 STAIN Curup, 2012), hal. 4-5

⁷ *Ibid*, hal. 51

melangkah maju dan selalu eksis. Dan tentunya untuk tetap eksis di zaman sekarang ini tidaklah mudah, ia harus menentukan strategi komunikasi yang benar-benar tepat untuk digunakan karena strategi sangat penting untuk mencapai suatu tujuan yang hendak dicapai. Mulai dari tujuan sentral dari strategi komunikasi yang dalam hal ini terdiri atas tiga bagian, dan korelasi Antarkomponen dalam strategi komunikasi, yang didalamnya ada komponen-komponen komunikasi yang perlu diperhatikan. Dengan adanya strategi komunikasi inilah BAZNAS Kepahiang masih tetap eksis sampai sekarang ditengah masyarakat luas.⁸

Dalam menghimpun zakat BAZNAS Kepahiang juga memiliki 4 cara mudah mengumpulkan zakat, selain dengan cara datang langsung yakni melalui Tranfer via rekening BAZNAS Kepahiang dan juga badan ini menggunakan strategi penjemputan zakat, dari muzakki yang ingin diserahkanya melalui badan ini. Karena sebagian muzakki malas berzakat, karena kesibukan masing-masing dan sebagian juga kurang memahami tentang kewajibanya jadi dengan starategi tersebut dana zakat lebih mudah dikumpulkan. Hai ini juga berpengaruh dengan eksisnya BAZNAS Kepahiang ditengah masyarakat luas.⁹ Adapun penghimpunan zakat di BAZNAS Kepahiang itu zakat yang didapatkan itu dikumpulkan di sekretariat BAZNAS Kepahiang setelah itu disalurkan kepada Muztahiq.

⁸ Wawancara dengan Dra. Asfa'ani, Wakil Ketua II (BAZNAS Kepahiang), Kamis 31 Mei 2018, Jam 12:12 Wib.

⁹ Wawancara dengan Umar Aliansyah, Staf BAZNAS Kepahiang Kamis 31 Mei 2018, Jam 12:12 Wib.

Dari permasalahan di atas konteks penelitian mengenai Strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat. Maka penulis merumuskan judul penelitiannya yaitu “Strategi Komunikasi BAZNAS Kepahiang Dalam Menghimpun Zakat.”

Sehingga dengan demikian peneliti memfokuskan masalah yang disusun dengan sedemikian rupa menjadi sebuah penelitian.

B. Fokus Penelitian

Untuk lebih mempermudah pemahaman tentang ini dan menghindari kesimpangsiuran serta memperkecil kemungkinan kesalahan pemahaman terhadap istilah yang terdapat dalam judul di atas, maka peneliti memfokuskan penelitiannya pada: Strategi komunikasi, yang dimaksud adalah tujuan setral dari strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam Menghimpun Zakat dan korelasi antar komponen strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang .

C. Pertanyaan penelitian

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan maka peneliti merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tujuan setral dari strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam Menghimpun Zakat?
2. Bagaimanakah korelasi antar komponen dalam strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian diatas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tujuan setral dari strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam Menghimpun Zakat
2. Untuk mengetahui korelasi antarkomponen dalam strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang.

E. Manfaat Penelitian

Disamping tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini, maka suatu penelitian harus memiliki manfaat. Adapun manfaat yang dikehendaki oleh penulis di penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis

Penelitian ini nantinya menjadi kajian pustaka dan acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis

BAZNAS Kepahiang akan menjadi masukan bagi masyarakat untuk berzakat dengan mengetahui tentang strategi komunikasi dalam menghimpun zakat.

3. Bagi peneliti dapat menambah wawasan dan pengetahuan komunikasi yang ada kaitanya dengan BAZNAS Kepahiangss.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*again*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksud dalam pemimpin tentara. Lalu muncul kata *stratagos* yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The of general*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.¹⁰

Dalam kamus bahasa Indonesia kata strategi bermakna “sebagai siasat atau akal dalam mencapai suatu maksud”, dalam hal ini siasat atau akal dipergunakan untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan sejak awal. Sedangkan menurut Ali Husain strategi adalah “Taktik atau akal dalam mengatur sebuah kinerja dalam rangka perbaikan untuk mencapai kesuksesan yang diinginkan”.¹¹

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu dan taktik operasionalnya.¹²

Dalam perencanaan strategi komunikasi ini perlu diketahui tujuan komunikasi, media yang paling tepat digunakan dan tingkat efektivitas.

¹⁰ Hafied Canger, *perencanaan dan strategi komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada: 2013), hal. 61

¹¹ Ali Husein, *Strategi Pendidikan Islam*, (Surabaya: Bina Aksara: 1993), hal. 23

¹² Yusup Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi Filosofi, konsep dan Aplikasi*, (Bandung: Pustaka Setia: 2015), hal. 115

Komunikasi secara aktif dan strategis pada prinsipnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengubah sikap (*how to change the attitude*)
2. Mengubah opini (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change behavior*)¹³

Menurut Mintberg yang dikutip oleh Sandra Oliver dalam bukunya strategi publik relation menawarkan lima kegunaan dari kata strategi, yaitu:

1. Sebuah rencana: suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar
2. Sebuah cara: suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk menggecoh lawan atau kompetitor.
3. Sebuah pola: dalam suatu rangkaian tindakan
4. Sebuah posisi: suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan.
5. Sebuah perspektif: suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.¹⁴

Dari beberapa definisi di atas peneliti menyimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang cermat mengenai semua kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu dan juga Dalam perencanaan strategi komunikasi ini perlu ketahui tujuan komunikasi, media yang paling tepat digunakan dan tingkat efektivitas agar tercapainya suatu tujuan tersebut.

2. Pengertian komunikasi

Komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu.¹⁵ Dalam kamus bahasa Indonesia

¹³ Rosadi Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Publik Relations*, (Jakarta: PT Grafindo Persada: 1997), hal. 29

¹⁴ Sandra Oliver, *strategi publik relations*, (Jakarta: Erlangga: 2006), hal.2

komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.¹⁶ Ada pula yang menyebutkan komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan (berupa lambang, suara, gambar dan lain-lain) dari sumber kepada sasaran (*audience*) dengan menggunakan saluran tertentu.¹⁷

Adapun Pengertian komunikasi menurut para ahli, diantaranya pendapat Edwer Deperi, (*komunikasi dalam organisasi*) memberikan pengertian: komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti dilakukan penyampaian pesan (*source, ceiver*) ditunjuk kepada penerima pesan (*receiver*), *comunicant, audien* Widjaja: 1986).¹⁸

Istilah komunikasi berasal dari kata *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata *communico* yang artinya membagi. Menurut Everett M.Rogers yang dikutip oleh hafied cangera dalam bukunya perencanaan dan strategi kounikasi mengungkapkan seorang pakar sosiologi pendesaan amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi baru membuat defenisi komunikasi, yakni:

¹⁵ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori Dan Filsafat komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti: 2003), hal. 32

¹⁶ Tommy Suprpto, *pengantar ilmu komunikasi*, (Tangerang: PT Gromedia Pustaka:, 2006), hal. 3

¹⁷ Hafied Cangera, *perencanaan dan strategi komunikasi*, (Jakarta: PT Grafindo Pustaka:, 1997), hal. 29

¹⁸ Widjaja, *Ilmu Komunikasi pengantar studi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta: 2000), hal. 88

komunikasi adalah proses dimana ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.¹⁹

Defenisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Laurence D. Kincaid yang di kutip oleh Haffied Canger dalam bukunya perencanaan dan strategi komunikasi sehingga melahirkan suatu defenisi yang lebih maju dengan menyatakan : komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam.²⁰

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam berkomunikasi mempunyai fungsi untuk menyampaikan informasi, dari informasi maka komunikan akan menerima baik atau tidak informasi yang disampaikan komunikator yang sifatnya mendidik, menghibur dan mempengaruhi.

3. Pengrtian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan Strategi komunikasi harus mampu menunjukan oprasionalnya secara praktis, artinya pendektan yang digunakan dapat berbeda bergantung pada situasi dan kondisi.

¹⁹ Canger, *Op cit*, hal. 33

²⁰ Canger, *ibid*, hal. 33

Sedangkan menurut Middleton terjemahan H. Hafied Canger dalam bukunya perencanaan dan strategi komunikasi mengatakan, “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerimaan sampai dengan pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencanaan”.²¹

Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memerhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.²²

Sudah dijelaskan di atas bahwa strategi adalah taktik atau seni untuk memenangkan suatu tujuan yang telah ditentukan sedang komunikasi menyampaikan informasi, jadi strategi komunikasi seni atau cara menyampaikan informasi dari pemimpin ataupun sebaliknya, bawahan dengan atasan agar tercapai tujuan yang telah ditentukan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*)

²¹ Canger, *Op Cit*, hal. 62

²² Abidin, *Op Cit*, hal. 115

dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Hafied Cagera dalam bukunya perencanaan dan strategi komunikasi ada 2 strategi komunikasi atau model perencanaan komunikasi yaitu:

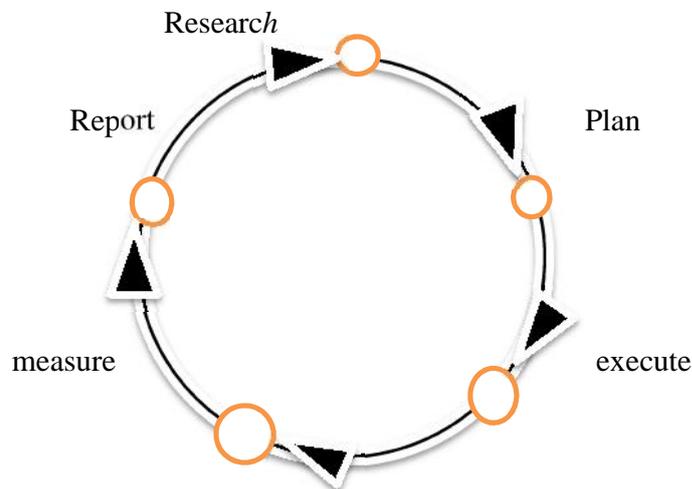
1. Model Perencanaan Strategi Lima Langkah

Model Perencanaan Strategi Lima Langkah, Terdiri atas lima tahap yakni:

- a. Penelitian (*Research*): Penelitian yang dimaksud untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi suatu lembaga
- b. Perencanaan (*Plan*): Perencanaan (*Plan*) adalah tindakan yang diambil setelah memperoleh hasil penelitian (*diagnose*). Perencanaan yang dimaksud adalah perencanaan komunikasi. Dengan demikian, diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media sasaran (segmen), dan efek yang diharapkan.
- c. Pelaksanaan (*Execute*): adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah dibuat. pelaksanaan dapat dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, radio, pemasangan iklan di surat kabar dan lain-lain.
- d. Pengukuran (*Measure*): Pengukuran dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Misalnya apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang telah dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan.
- e. Pelaporan (*Report*)
Pelaporan (*Report*) ialah tindakan terakhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah dilaksanakan.²³

²³ Cagera, *Op.Cit.hal.72-73*

Gambar.2.1 Model Perencanaan Strategi Lima Langkah



2. Model Perencanaan Komunikasi AIDDA

Komunikasi AIDDA sifatnya linear dan banyak digunakan dalam kegiatan penyuluhan dan pemasaran komersial. Model AIDDA adalah kependekan dari, *awareness*, *interest*, *desire*, *decision*, dan *action*.

Kesadaran (*awareness*) adalah langkah pertama yang harus dibuat seorang pemasar atau penyuluh kepada khalayak yang menjadi target sasaran.

Perhatian (*interest*) ialah munculnya minat target sasaran (khalayak) untuk memiliki barang yang ditawarkan oleh pemasar.

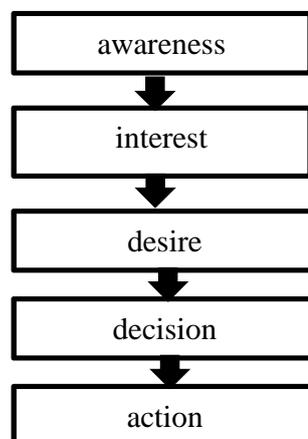
Keinginan (*desire*), adalah proses yang terjadi setelah timbul perhatian calon pembeli atau target sasaran pada barang yang ditawarkan.

Keputusan (*decision*), ialah tindakan yang dilakukan oleh calon pembeli dalam bentuk eksekusi, yakni memutuskan untuk memiliki barang yang

ditawarkan tadi setelah menimbang manfaat serta melihat kemungkinan dana yang tersedia.

Tindakan (*action*) ialah perlakuan yang dibuat oleh pembeli setelah memiliki barang itu dalam bentuk aksi.

Gambar.2.2 Model Perencanaan Komunikasi AIDDA²⁴



Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan Model Perencanaan Komunikasi AIDDA adalah kependekan dari, *awareness*, *interest*, *desire*, *decision*, dan *action* yang memiliki arti Kesadaran, Perhatian, Keinginan, Keputusan, dan Tindakan.

4. Tahapan strategi

Untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan, dalam melakukan proses komunikasi terdapat beberapa tahapan, yaitu:

1. Perumusan strategi

²⁴ *ibid*

Dalam perumusan strategi konseptor harus memperhatikan dan mempertimbangkan peluang ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan objektivitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

Perumusan strategi berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi di peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan analisis mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka gerak menuju kepada itu.²⁵

2. Implementasi strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang telah ditetapkan tersebut. Tahapan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dari seluruh unit, tingkat dan anggota organisasi.

Dalam pelaksanaan strategi yang tidak menetapkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, maka proses formulasi dan analisis strategi strategi hanya akan menjadi impian jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada lokasi dan pengorganisasian sumber daya yang

²⁵ Ali Murtopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: Center For Strategic And Internasional Studies CSISI: 1987), hal.8

ditampilkan melalui penetapan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya organisasi.²⁶

3. Evaluasi strategi

Tahap akhir dari strategi adalah evaluasi implementasi strategi, evaluasi, strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai, dan dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk menentukan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

Ada tiga macam langkah dasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu:

- a. Meninjau faktor-faktor eksternal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang ada akan menjadi suatu hambatan dalam mencapai tujuan, begitu pula dengan faktor internal antaranya strategi tidak efektif atau hasil implementasi yang buruk dapat berakibat buruk pula hasil yang akan dicapai.²⁷
- b. Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan). Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual, dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaiannya sasaran yang dinyatakan. Kriteria untuk mengevaluasi strategi harus mudah diukur

²⁶ Fred David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prehalindo: 2002), hal. 3

²⁷ *Ibid*

dan mudah dibuktikan, kriteria yang diramalkan hasil lebih penting dari pada kriteria mengungkapkan apa yang terjadi.

- c. Mengembalikan tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti yang ada ditinggalkan atau merumuskan strategi baru. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan hasil yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.²⁸
- d. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tahapan strategi ada empat macam yakni: Perumusan strategi, Implementasi strategi, Evaluasi strategi dan Mengembalikan tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana.

4. Fungsi Komunikasi

Apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

- a. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

²⁸ *Ibid*

- b. Sosialisasi (pemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif dalam masyarakat.
- c. Motivasi, menjelaskan setiap tujuan masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginan mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan di kejar.²⁹
- d. Perdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau penyelesaian perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.
- e. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- f. Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.

²⁹Widjaja, *Komunikasi pengantar Studi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta: 2000), Hal 65

- g. Hiburan, menyebarluaskan sinyal, simbol, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesastraan, musik, olahraga, kesenangan kelompok dan individu.³⁰

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi dari komunikasi itu ada 7 diantaranya: Informasi, Sosialisasi, Motivasi, Perdebatan dan diskusi, Pendidikan, Memajukan kehidupan, dan juga Hiburan.

B. Fungsi Strategi Komunikasi

1. Tujuan Setral dalam Strategi Komunikasi

R. Wayne Pace, Bren D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques For Effective communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu :

- a. to secure understanding
- b. to establish acceptance
- c. to motivate action

pertama memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya (to secure understanding). Kedua, setelah komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya itu harus dibina (to establish acceptance). Ketiga, pada akhirnya kegiatan komunikasi dimotivasikan (to motivate action).

2. Korelasi Antarkomponen dalam Strategi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran agar bisa mencapai tujuan yang ditentukan. Akan lebih baik apabila dalam strategi sebagai berikut:³¹

³⁰ *Ibid*

a. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum melakukan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Apapun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikan perlu diperhatikan fakto-faktor sebagai berikut:

1. Faktor Rangka Referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi (*frame of refence*)-nya. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari panduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, status sosial, ideologi cita-cita dan sebagainya.

Kerangka referensi seseorang akan berbeda dengan orang lain ada yang berbeda secara eksrem seperti murid sekolah dengan mahasiswa. Dan ada perbedaan yang gradual saja seperti seorang perwira dengan perwira lain yang sama-sama lulusan Akabri. Dalam situasi komunikasi antarpersona mudah untuk mengenal kerangka referensi komunikan karena ia hanya satu orang.

2. Faktor Situasi dan Kondisi

³¹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset,2005), hal. 35

Yang dimaksud dengan situasi disini ialah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang disampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalanya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan. Yang didapat diduga sebelumnya umpamanya berpidato dalam suatu malam kesenian pada saat hadirin mengharapkan hiburan segera dimulai, dan yang tiba-tiba umpamanya hujan lebat disertai petir yang mengebu-gebu, gemuruh hadirin karena adanya sesuatu yang menarik perhatiannya ketika kita sedang berpidato.³²

Yang dimaksud dengan kondisi disini ialah *state of personality* komunikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi kita tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit, atau lapar. Dalam menghadapi komunikan dengan kondisi seperti itu, kadang-kadang ita bisa menangguhkan komunikasi kita sampai datangnya suasana menyenangkan.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan mana yang

³² *Ibid*

baik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti mempunyai kelebihan dan kekurangan.³³

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa apapun tekniknya pertama-tama komunikasi harus mengerti dengan pesan komunikasi itu. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa macam-macam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, kias (*gesture*) dan sebagainya.

Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi ialah bahasa karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini dan sebagainya. Oleh karena itu dalam komunikasi, bahasa sangat memegang peranan sangat penting. Tanpa bahasa, hasil pemikiran yang bagaimana pun baiknya tak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat.

d. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*).³⁴

³³ *Ibid*

1. Daya Tarik Sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikasi melalui mekanism daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa kounikator ikut serta dengannya. Dengan lain perkataan, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator denganya sehingga komunikan bersedia taat kepada pesan yang dilancarkan komunikator.

2. Kredibilitas Sumber

Faktor kedua yang menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan padakomunikator. Kepercayaan ini banyak sangkutan dengan propesi atau keahlian yang dimiliki oleh komunikator. Berdasarkan kedua faktor tersebut, seorang komunikator harus bersikap empatik ketika ia berkomunikasi dengan komunikan yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa dan sebagainya.³⁵

C. Pengertian Zakat

Zakat merupakan masdar dari “zaka” secara etimologi berarti: berkah tumbuh, bersih, suci dan baik. Sesuatu dikatakan zaka jika dia tumbuh dan berkembang. Bagi orang yang mengeluarkan zakat, hati dan jiwanya akan menjadi bersih. Selain hati dan jiwanya bersih kekayaan dan hartanya akan menjadi bersih.³⁶

³⁴ *Ibid*

³⁵ *Ibid*

³⁶ Abdul Hamid, *Fiqih Zakat*, (Curup: Rejang Lebong LP2 STAIN Curup: 2012), hal 4-5

Sedangkan menurut hukum islam (istilah syara), zakat adalah nama dari suatu pengambilan tertentu dari harta yang tertentu , menurut sifat-sifat yang tertentu dan untuk diberikan kepada golongan tertentu.³⁷ adapun Kata zakat ditinjau dari bahasa dapat bermakna keberkahan, kesucian dan perkembangan. Makna bahasa “perkembangan” adalah karena ia dapat mengembangkan harta yang telah dikeluarkan zakatnya di dunia ataupun di akhirat, dan menjauhkan dari segala kerusakan atau keburukan. secara istilah zakat berarti : kewajiban mengeluarkan sebagian dari harta kita sebesar jumlah tertentu setelah memenuhi ukuran tertentu untuk waktu yang tertentu pula.³⁸

Pengertian zakat Menurut beberapa ahli, diantaranya pendapat Al-mawardi, bahwa “zakat adalah harta tertentu yang diberikan kepada orang tertentu menurut syarat-syarat tertentu pula.” Kemudian As-syaukani berkata, “ zakat adalah pemberian sebagian harta yang sudah mencapai nisab kepada fakir dan lainnya tanpa ada halang syara’ yang melarang kita melakukannya.”³⁹

Adapun Sayyid Sabiq, mendepenisikan zakat adalah suatu sebutan dari suatu hak Allah yang dikeluarkan seorang untuk fakir miskin. Dinamakan zakat, karena dengan mengeluarkan zakat itu di dalamnya terkandung harapan untuk memperoleh berkat, pembersihan jiwa dari sifat kikir bagi orang kaya, atau menghilangkan rasa iri

³⁷ Abdul Muiz, *103 Kesalahan Dalam Berzakat Dan Bersedekah*, (Jakarta : PT Buku Kita: 2011), hal. 2

³⁸ Muhammad Abduh, *Zakat Ditinjau Fiqih Dan Teori Ekonomi Makro Modern*, (Jakarta: Fath Publishing, 2009), hal 2-3

³⁹ Masrur Huda, *Syubhat Seputar Zakat*, (Malang: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri: 2012), hal. 2

hati orang-orang miskin dan memupuknya dengan berbagai kebajikan. Arti aslinya adalah tumbuh, suci dan berkat.⁴⁰

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa zakat adalah sejumlah harta yang harus dikeluarkan dengan persyaratan tertentu yang diwajibkan untuk diserahkan kepada yang berhak.

D. Dasar Hukum Zakat

Zakat diwajibkan pada tahun kedua hijrah sesudah diwajibkan puasa ramadhan.⁴¹ Hal ini didasarkan pada firman Allah Swt dalam al-qur'an surat al-baqarah/2 ayat 43 yang berbunyi :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

*artinya: dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'. Maksudnya ialah: shalat berjama'ah dan dapat pula diartikan: tunduklah kepada perintah-perintah Allah bersama-sama orang-orang yang tunduk.*⁴²

Allah telah memerintahkan kepada kita semua mahluknya untuk memungut atau mengambil zakat dari sebagian harta mereka (muzakki) untuk diberikan kepada mustahiq.⁴³ sebagaimana firman Allah dalam Q.S. At-Taubah :103 yang berbunyi:

⁴⁰ Asnaini, *zakat produktif dalam perspektif hukum islam*, (yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset : 2008), hal.27

⁴¹ Hamid, *Op Cit*, hal. 6

⁴² Depag, *Al-Qur'an Dan Terjemah*, hal. 7

⁴³ Abduh, *Op Cit*, hal. 4

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

Artinya : ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.⁴⁴

Jadi Zakat dimaksud untuk membersihkan harta benda milik orang lain, yang dengan sengaja ataupun tidak sengaja, telah termasuk kedalam harta kita. Dalam mengumpulkan harta benda, seringkali seringkali hak orang lain termasuk kedalam harta benda yang diperoleh karena persaingan yang tidak sehat. Sehingga untuk membersihkannya dari kemungkinan ada hak-hak orang lain. Maka zakat wajib dikeluarkan.⁴⁵

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa zakat itu wajib dilaksanakan bagi setiap umat muslim untuk membersihkan mereka dari kekikiran dan cinta yang berlebih-lebihan kepada harta benda dan juga zakat menyuburkan sifat-sifat kebaikan dalam hati mereka dan memperkembangkan harta benda mereka.

E. Macam-macam zakat

Zakat terdiri dari dua macam yakni zakat mall dan zakat fitrah adapun yang dimaksud zakat mall atau zakat harta adalah bagian dari harta kekayaan seseorang (juga badan hukum) yang wajib dikeluarkan untuk golongan orang-orang tertentu setelah dipunyai selama jangka waktu tertentu dan jumlah minimal tertentu.

⁴⁴ Depag, *Al-Qur'an Dan Terjemah*, hal.162

⁴⁵Hamid, *Op Cit*, hal. 4-5

Sedangkan zakat firah adalah pengeluaran wajib dilakukan oleh setiap muslim yang mempunyai kelebihan dari keperluan keluarga yang wajar pada malam dan hari raya idulfitri.⁴⁶

1. Zakat Mall atau Zakat Harta

Pada umumnya dalam kitab hukum (fiqih) islam harta kekayaan yang wajib dizakati atau dikeluarkan zakatnya digolongkan kedalam katagori berikut:

a. Emas, Perak dan Uang (simpanan)

nisabnya adalah 20 dinar, lebih kurang sama dengan 96 gram emas murni, perak sebesar 200 dirham beratnya sama dengan 672 gram sedangkan uang giral maupun chartal sama dengan nilai atau harga 96 gram emas Setelah dimiliki selama satu tahun, wajib dikeluarkan zakatnya sebesar dua setengah persen.⁴⁷

b. Barang yang diperdagangkan

nisabnya sama dengan nilai atau harga 96 gram emas atau dua setengah persen yang harus dikeluarkan setelah dimiliki selama satu tahun.⁴⁸

c. Hasil Peternakan

ternak yang dizakati di indonesia kambing atau biri-biri, sapi dan kerbau. Nisabnya kambing atau biri-biri adalah 40- 120 ekor zakatnya 1 ekor kambing, selanjutnya setiap tambahan 100 ekor zakatnya tambah 1 ekor. Nisab sapi 30-39

⁴⁶ Muhammad Daud Ali, *Sistem Ekonomi Islam Zakat Dan Waqaf*, (Jakarta: Unniversitas indonesia (UI-Press) : 1988), hal. 42

⁴⁷ Ali, *ibid*, hal. 44

⁴⁸ Syehk Hasan Ayyub, *Fiqih Ibadah*, (Jakarta Timur : Pustaka Al-Kausar :2004), hal. 527

zakatnya 1 ekor sapi berumur setahun lebih, 60-69 zakatnya 1 ekor sapi berumur 2 tahun lebih, 60-69 zakatnya 2 ekor sapi 1 ekor umur setahun dan satu ekor lagi berumur dua tahun. Selanjutnya setiap tambahan 30 ekor sapi zakatnya berambah 1 ekor umur 1 tahun. Nisab kerbau sama dengan sapi kadar nisabnya.⁴⁹

d. Hasil Bumi

nisabnya tidak harus menunggu satu tahun tapi setiap kali panen kadar zakatnya 5 persen untuk hasil bumi yang diairi atas usaha penanaman sendiri dan 10 persen kalau paengairanya tadah hujan tanpa usaha yang menanam.

e. Hasil Tambang dan Barang Temuan.

nisabnya sama dengan nilai atau harga 96 gram emas atau dua setengah persen yang harus dikeluarkan setelah dimiliki selama satu tahun. Masing-masing kelompok itu berbeda nisab haul dan kadar zakatnya⁵⁰.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa zakat mall (harta) dibagi menjadi 5 golongan yang yang pertama: emas, perak dan uang (simpanan), yang kedua barang yang diperdagangkan, ketiga hasil peternakan, keempat hasil bumi dan hasil tambang dan barang temuan.

2. Zakat Fitrah

⁴⁹ Ali, *Op Cit*, hal 45-46

⁵⁰ Ali, *ibid*, hal. 44

Zakat fitrah atau zakat nafs yang di sebut zakat jiwa adalah zakat yang diberikan berkenaan dengan selesainya mengerjakan shiyam (puasa) yang di fardhukan.⁵¹

Dapat disimpulkan bahwa zakat adalah sejumlah harta tertentu yang telah mencapai nisab yang diwajibkan allah SWT untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak dapat juga dikatakan zakat adalah bagian dari harta yang wajib diberikan oleh setiap muslim yang memenuhi syarat kepada orang yang telah ditentukan dan dengan syarat-syarat tertentu. Jadi zakat dikeluarkan oleh seseorang merupakan pemberian dari sebagian harta kekayaan yang dimiliki, karena adanya kelebihan harta tersebut.

⁵¹ Abduh, *Op Cit*, hal 7-8

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan karena data yang dibutuhkan penulis berupa keterangan, penjelasan, dan informasi-informasi lisan. Pendekatan kualitatif merupakan cara untuk mendapatkan data dan informasi mengenai persoalan-persoalan yang terjadi dilapangan atau lokasi penelitian.

Serta penelitian yang dilakukan ini dilihat dari segi tujuan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menurut *Bodgan* dan *Taylor* dealam bukunya *Lexi J. Moloeng* adalah “ prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati,⁵² hal ini juga senada dengan hal yang dikemukakan “penyelidikan metode deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang,⁵³ “ sementara *Traves* dalam pengantar pendidikan oleh *Alimudin Tuwa* menyatakan “Metode adalah yang dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan nyata yang sedang berlangsung”.⁵⁴

⁵² Lexy Moloeng, *metode penelitian kualitatif*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 3

⁵³ Winarno Tuwa, *Pengantar metode Dan Riset*, (Bandung, Tarsito, 1990), hal. 139

⁵⁴ Alimudin Tuwa, *Pengantar Metode penelitian*, UI, 1993, hal. 71

Metode deskriptif yaitu pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat.⁵⁵ Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.

Tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah menggambarkan suatu keadaan, sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan mencari sebab gejala-gejala tertentu.

B. Subjek Penelitian

Dalam melaksanakan suatu penelitian, peneliti harus menentukan subjek yang akan diteliti, agar dalam melaksanakan penelitian dapat berjalan dengan lancar dan baik. Subjek penelitian adalah benda, hal atau orang serta tempat data untuk variabel sebagai subjek yang akan diteliti yang dianggap dapat mewakili yang diteliti.⁵⁶

Yang menjadi subyek penelitian disini adalah sumber tempat kita memperoleh keterangan penelitian. Subjek penelitian adalah benda, hal atau orang, tempat data yang untuk variabel yang dipermasalahkan. Subjek penelitian dalam hal ini adalah dengan memilih orang sebagai kunci untuk dijadikan informan dalam pengambilan data lapangan, yaitu pengurus BAZNAS Kepahiang. Seperti ketua dan wakil ketua BAZNAS Kepahiang.

⁵⁵ Prof. DR.H.M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group), hal.150

⁵⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hal. 130

Proses penelitian tidak dapat dipisahkan dari pengamatan langsung peneliti, sebab peran penelitalah yang menentukan keseluruhan skenarionya. Untuk itu dalam penelitian ini, “peneliti bertindak sebagai *human instrumen*,, berfungsi sebagai menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kialitas data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.⁵⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian merupakan sasaran yang dituju untuk diteliti yaitu subjek yang menjadi pusat perhatian. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah ketua dan wakil ketua BAZNAS Kepahiang.

C. Sumber Data

Pengumpulan data yang akan penulis lakukan terbagi dua macam yaitu data primer dan sekunder:

a. Data primer

Sumber data primer adalah data yang didapatkan langsung dari objek penelitian, data primer juga merupakan data yang penting dalam mengungkapkan masalah dalam penelitian ini, dan data primer ini langsung dari observasi atau wawancara Ketua BAZNAS Kepahiang.

⁵⁷Amirudin Hadi, *Metode Penelitian Pendidikan*,(Jakarta: Pustaka Setia, 1998), hal. 108

b. Data sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk buku-buku, jurnal, pengurus BAZNAS Kepahiang Sebagai bahan pertimbangan, maka peneliti juga akan mengambil data dari perpustakaan yang ada kaitanya dengan permasalahan dalam penelitian ini.⁵⁸

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yang digunakan atau dilakukan peneliti berkaitan dengan permasalahan yang dibahas serta memudahkan dalam mencari solusi maka peneliti menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat gejala-gejala yang diselidiki. Dalam pengertian lain dikatakan “observasi disebut juga dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra”.⁵⁹

Jelas yang dimaksud dengan metode observasi (pengamatan) dalam pengumpulan data disini adalah strategi atau cara pengumpulan data melakukan pengamatan secara cermat dan teliti, baik itu secara langsung maupun tidak secara langsung terhadap objek dan subjek yang diteliti. Pengamatan ini dilakukan

⁵⁸ Burhan Bungin, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 88-89

⁵⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta, Ritaka Cipta, 2002), hal. 206

terhadap ketua dan pengurus BAZNAS Kepahiang Untuk memperoleh informasi tentang Strategi Komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam Menghimpunan Zakat.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.”⁶⁰ Dimaksud dengan wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara dialog antar dua orang atau lebih dengan cara bertatap muka untuk memperoleh informasi yang diperlukan. wawancara dilakukan terhadap Ketua dan pengurus BAZNAS Kepahiang Untuk memperoleh informasi tentang Strategi Komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam Menghimpunan Zakat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah untuk mendapatkan data-data yang bersifat dokumentasi dalam bentuk arsip⁶¹ seperti sejarah, keadaan BAZNAS Kepahiang dan struktur organisasi. Dokumentasi juga berarti secara data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, agenda serta sebagainya.⁶²

E. Teknik Analisis Data

Bogdan dan Briklen, analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja data, memilih-memilihnya menjadi suatu yang dikelola mensistesisikannya,

⁶⁰ *Ibid*, hal. 201

⁶¹ Joko Subagyo, *Metodelogi Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hal.39

⁶² Suharsini Arikunto dan Muchtarom, *Sejarah Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal. 112

mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁶³

Analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis non statistic. Analisis ini digunakan untuk menganalisa jenis-jenis data yang bersifat kualitatif yang tidak bisa diukur dengan angka. Kegiatan analisis data merupakan pekerjaan pengumpulan data, dalam pengumpulan kualitatif terus diikuti langsung dan menuliskan, mengklasifikasikan, menyajikan data sepanjang pengumpulan data, kemudian dalam non statistic ini akan menggunakan pendekatan sebagai berikut:

- a. Metode deduktif, yakni berfikir dari kesimpulan atau keputusan umum untuk memperoleh kesimpulan atau keputusan khusus.
- b. Metode induktif, yaitu berfikir dari keputusan dan kesimpulan khusus untuk memperoleh kesimpulan umum. Kemudian menarik kesimpulan dengan menggunakan kedua metode ini.⁶⁴
- c. Trianggulasi Data

Peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian.

Trianggulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda yaitu wawancara, observasi dan dokumen. Trianggulasi ini selain digunakan untuk

⁶³ Lexy, *Op,Cit.*, hal. 248

⁶⁴ *Ibid*, hal. 296

mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data. Menurut *Nasution*, selain itu triangulasi juga dapat berguna untuk menyelidiki data, karena itu triangulasi bersifat reflektif.⁶⁵

⁶⁵ Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung : Tarsito, 2003), hal. 115

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Kondisi Objektif BAZNAS kepahiang

1. Sejarah BAZNAS kepahiang

Sejak dikeluarkannya pengesahan undang-undang pengelolaan zakat pada masa pemerintahan bj habibie tepatnya pada tanggal 23 september 1999, No 38 Tahun 1999 yang kemudian disusul dengan keputusan Menteri Agama repoblik indonesia. No. 581 Tahun 1999 tentang pelaksanaan undang-undang No 38 Tahun 1999, dilanjutkan dengan keputusan Menteri Agama repoblik indonesia. No. 373 Tahun 2003 tentang pelaksanaan undang-undang No 38 Tahun 1999 undang-undang No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Pakat, adalah merupakan payung hukum berdirinya Badan Amil Zakat mulai tingkat nasional sampai tingkat kecamatan.

Dengan disahkannya undang-undang No 38 Tahun 1999 diharapkan Pengelolaan Zakat dilakukan oleh sebua lembaga resmi, yang memiliki tanggung jawab dan dapat meningkatkan hasil guna dan daya guna Zakat. Dengan adanya sebua lembaga resmi sala satu contohnya seperti Badan Amil Zakat (BAZ). pengelolaan Zakat akan menjadi lebih baik karena memiliki berbagai keuntungan yaitu dapat membantu Muzzaki dalam melaksanakan pembayaran Zakat, mencapai efesiensi dan efektifitas serta sasaran yang tepat dalam penggunaan zakat menurut sekala prioritas.

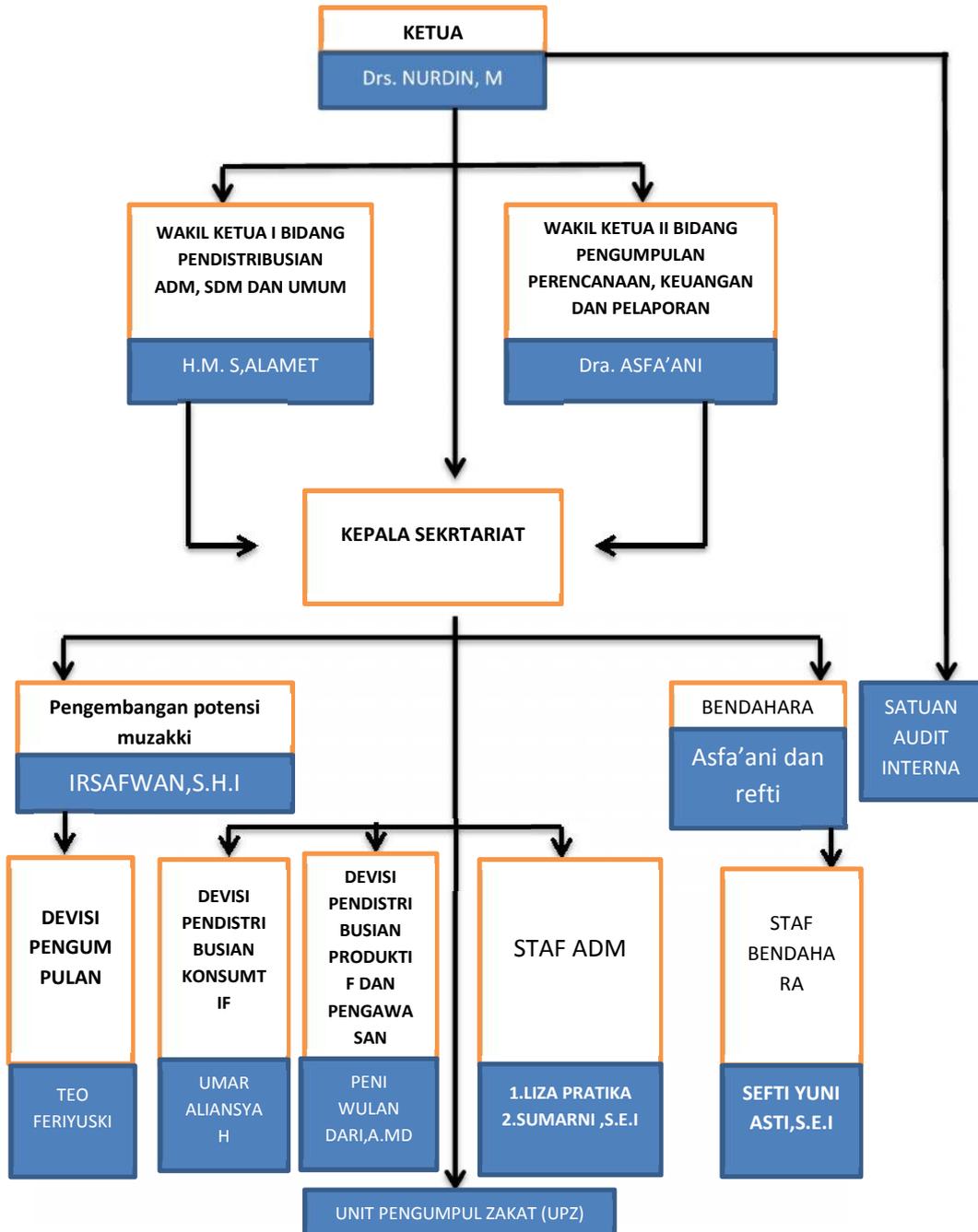
Seiring dengan hal tersebut maka secara perlahan berdirilah badan amil zakat di setiap daerah. Salah satunya adalah Badan Amil Zakat Daerah Kabupaten Kepahiang (BAZNAS) Kab. Kepahiang. BAZDA Kabupaten Kepahiang merupakan satu-satunya Badan Amil Zakat resmi pemerintah yang ada di Kabupaten Kepahiang yang masih eksis mengelolah dana umat sampai dengan sekarang.

Kemudian undang-undang No 38 Tahun 1992 diperbaharui lagi, dengan dikeluarkannya undang-undang No 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan Zakat dalam undang-undang tersebut, pada bab 2 tentang Badan Amil Zakat Nasional, pasal 5 dijelaskan bahwa Badan Amil Zakat Daerah (BAZDA), berganti nama menjadi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Sampai dengan tahun 2012 Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Kepahiang mampu terus eksis dengan dipimpin oleh Drs. H. Saukani menjalankan tugas BAZNAS kabupaten kepahiang.

Selanjutnya pada tahun 2017 dilantiklah kepengurusan baznas kab.kepahiang yang dilaksanakan pada tanggal 15 maret 2017 berdasarkan SK bupati nomor 451.21-166 tahun 2017 period 2017-2022.⁶⁶

⁶⁶ Dokumentasi pengurus Baznas Kabupaten Kepahiang

**2. STRUKTUR ORGANISASI BADAN AMIL ZALAT NASIONAL (BAZNAS)
KABUPATEN KEPAHANG PRIODE TAHUN 2017-2022**



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Baznas Kabupaten Kepahang

3. VISI & MISI

a. VISI :

Mewujudkan Badan Amil Zakat Kepahiang yang Amanah, Transparan dan Profesional yang mampu mengangkat potensi ekonomi mustahiq (yang berhak menerima zakat) Kepahiang.

b. MISI :

1. Meningkatkan kesadaran (awareness) muslim untuk berzakat melalui Badan Amil Zakat kabupaten Kepahiang.
2. Meningkatkan pengumpulan dan pendayagunaan zakat sesuai dengan ketentuan syariah dan prinsip manajemen modern.
3. Meningkatkan kualitas pengelola / amil zakat yang amanah, transparan dan
4. Memaksimalkan peran zakat dalam menanggulangi kemiskinan di Kepahiang melalui sinergi, koordinasi dan integrasi dengan lembaga terkait.
5. Meningkatkan status mustahik menjadi muzakki melalui pemulihan, peningkatan kualitas SDM dan pengembangan ekonomi masyarakat.⁶⁷

4. PROGRAM BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KEPAHIANG

a. PENGHIMPUNAN

- Aparatur sipil negara
- Pengusaha
- Profesional
- BUMD/BUMN
- Zakat an-nuqud (Perhiasan)
- Zakat at-tijjaroh (perdagangan)

⁶⁷ Dokumentasi pengurus Baznas Kabupaten Kepahiang

- Zakat al-an'am (hewan ternak)
- Zakat az-zira'ah (pertanian)

b. Penyaluran

- Kepahiang cerdas
 - Bantuan pendidikan/ beasiswa untuk siswa dan mahasiswa dari keluarga tidak mampu
 - Bantuan sarana dan prasarana pendidikan
- Kepahiang taqwa

Bantuan fisabilillah (da'i/penyuluh agama islam, guru ngaji, pondok pesantren, TPQ/MDA, Ormas islam, rumah ibadah daerah terpencil).
- Kepahiang sehat
 - Bantuan biaya pengobatan untuk keluarga tidak mampu
 - Bantuan jaminan kesehatan (Kartu BPJS BAZNAS) untuk keluarga tidak mampu.
- Kepahiang makmur
 - Bantuan dana bergilir produktif untuk modal usaha dari keluarga tidak mampu (dagang keliling/ asongan, industri kecil/ menengah, pertanian, peternakan, perikanan).
 - Bantuan peralatan/ perlengkapan usaha untuk keluarga tidak mampu.
- Kepahiang peduli

Bantuan kebutuhan mustahiq dan tanggap darurat bencana (jompo, struk, stres, terlantar, cacat, tuna netra, kebakaran/ bencana alam, rehab/ bedah rumah dll).⁶⁸

⁶⁸Dokumentasi pengurus Baznas Kabupaten Kepahiang

B. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Tujuan Setral dari Strategi Komunikasi

R. Wayne Pace, Bren D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques For Effective communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu : pertama memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya (to secure understanding). Kedua, setelah komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya itu harus dibina (to establish acceptance). Ketiga, pada akhirnya kegiatan komunikasi dimotivasi (to motivate action).

a. Sosialisasi (to secure understanding)

Dalam berkomunikasi akan ada pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Untuk memastikan pesan yang disampaikan tersebut diterima oleh komunikan tentu adanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunikator sebelum melakukan komunikasi.

Seperti halnya strategi komunikasi yang dilakukan oleh BAZNAS Kepahiang berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui atau memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang disampaikan komunikator melalui sosialisasi. Untuk mengetahuinya peneliti telah melakukan wawancara kepada Nurdin selaku Ketua BAZNAS Kepahiang, ia mengungkapkan bahwa :

Dalam strategi baznas kepahiang untuk memberikan pemahaman kepada muzakki tentang membayar zakat yaitu dengan bersosialisasi langsung pada masyarakat yang ada di Kabupaten Kepahiang, membentuk UPZ-UPZ (unit pengumpulan zakat) di masjid-masjid, instansi-instansi yang ada di Kabupaten Kepahiang. sebagai himbuan yang dilakukan terus-menerus oleh BAZNAS Kepahiang kepada masyarakat.⁶⁹

Dari pernyataan ketua BAZNAS Kepahiang bahwa untuk memastikan komunikasi mengerti dengan pesan yang disampaikan komunikator mereka melakukan kegiatan dalam strategi komunikasinya. Dalam kegiatan tersebut mereka lakukan berupa penyampaian pesan dalam bentuk sosialisasi mengenai zakat yang dilaksanakan oleh BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat.

Kemudian ditambahkan pernyataan dari Irsafwan selaku Staf BAZNAS Kepahiang, ia mengungkapkan bahwa:

sosialisasi yang kami adakan berupa sosialisasi yang tatap muka langsung dengan tujuan mudah dipahami dan juga ceramah atau khutbah di mesjid ketika sholat jum'at. Sosialisasi ini kami laksanakan di sekolah-sekolah, di kantor pemerintahan daerah dan di desa-desa yang ada di Kabupaten Kepahiang untuk disampaikan kepada warganya sehingga hal ini bisa kami lakukan yang bertujuan untuk penyampaian hal-hal yang berkaitan tentang zakat di BAZNAS Kepahiang dapat diketahui oleh seluruh masyarakat Kepahiang. Tempat pelaksanaan sosialisasi BAZNAS Kepahiang itu ada beberapa tempat diantaranya yaitu di sekolah-sekolah, kecamatan, dan badan usaha milik negara.⁷⁰

Dari pernyataan diatas bahwasanya strategi komunikasi yang digunakan BAZNAS Kepahiang untuk agar lebih mudah komunikasi

⁶⁹ Nurdin (Ketua), Wawancara, Jum'at 28 september 2018, Jam 9:20

⁷⁰ Irsafwan (Staf), Wawancara, Jum'at 28 september 2018, Jam 10:20

memahami pesan yang akan disampaikan pengurus BAZNAS Kepahiang melakukan sosialisasi langsung kepada muzakki adapun tempat pelaksanaan sosialisasi tersebut yaitu di sekolah-sekolah, di pemerintah daerah serta diberitahukan kepada imam atau khatib di mesjid-mesjid ketika sholat juma'at. Sosialisasi ini di sampaikan berupaya agar muzakki (komunikasikan) dapat lebih memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator (pengurus Baznas) tentang zakat yang ada di BAZNAS Kepahiang hingga komunikasikan mau melaksanakan pembayaran zakat di BAZNAS Kepahiang.

b. Pembinaan (to establish acceptance).

Setelah pengurus Baznas mengadakan sosialisasi yang di adakan mereka membina masyarakat yang akan membayar zakat, pembinaan ini berupa mengisikan materi secara tatap muka antara komunikasikan dan komunikator yaitu antara pengurus BAZNAS Kepahiang dan muzakki.

Pemberian materi ini dilakukan dengan pembinaan kepada muzakki tentang pentingnya membayar zakat, manfaat membayar zakat, hikmah membayar zakat serta penyaluran dana yang dilakukan oleh pengurus BAZNAS Kepahiang agar masyarakat percaya bahwa zakat tersebut benar-benar di salurkan kepada yang membutuhkan tidak disalahgunakan. Untuk mengetahui pembinaan yang dilakukan oleh

BAZNAS Kepahiang peneliti telah melakukan wawancara dengan Asfa'ani selaku wakil ketua II BAZNAS Kepahiang, ia menyatakan bahwa :

langkah-langkah yang dilakukan BAZNAS Kepahiang dalam melaksanakan pembinaan yaitu pertama kami bersosialisasi, memberi arahan kepada muzakki tentang hikmah dari zakat itu, manfaat dari zakat, tata cara membayar zakat dan lain sebagainya mengenai masalah zakat". Setelah semua itu kami laksanakan biasanya ada muzakki yang datang untuk bertanya secara langsung proses pembayaran di BAZNAS Kepahiang ini. Dengan hal tersebutlah akan kami lakukan pembinaan lebih lanjut kepada muzakki agar mereka mau membayar zakat.⁷¹

Dari pernyataan selaku wakil ketua II Baznas Kepahiang bahwa langkah-langkah yang dilakukan BAZNAS Kepahiang untuk melakukan pembinaan kepada muzakki itu pertama kami bersosialisasi, memberi arahan kepada muzakki tentang zakat Setelah semua itu kami laksanakan lanjut dengan pembinaan.

Kemudian ditambahkan pernyataan dari Irsafwan selaku Staf BAZNAS Kepahiang, ia menyatakan bahwa:

Bentuk pembinaan yang dilakukan BAZNAS Kepahiang itu berupa suatu arahan-arahan yang mengacu tentang suatu keharusan muzakki yang dalam hal ini pengurus BAZNAS Kepahiang melakuakannya dengan mengutus atau melalui imam-imam atau khotib jum'at untuk menyampaikannya kepada jamaah ataupun masyarakat yang ada di Kabupaten Kepahing.⁷²

⁷¹ Asfa'ani (wakil ketua II), Wawancara, Selasa 31 Juli 2018, jam 11.15

⁷² Irsafwan (Staf), Wawancara, Jum'at 28 September 2018 Jam 10:15

Berdasarkan pernyataan diatas untuk mengetahui pembinaan-pembinaan yang dilakukan oleh pihak BAZNAS Kepahiang terhadap muzakki (komunikan) ataupun masyarakat yang ada di Kabupaten Kepahiang itu berupa arahan-arahan yang diberikan pihak BAZNAS Kepahiang kepada muzakki melalui imam-imam ataupun khotib untuk menyampaikanya kepada muzakki.

Pembinaan ini bertujuan agar komunikan (Muzakki) dapat lebih memahami pesan yang telah disampikan oleh komunikator (BAZNAS Kepahiang) sehingga hal tersebut akan menimbulkan motivasi bagi komunikan untuk berzakat melalui lembaga BAZNAS Kepahiang ini.

c. Motivasi (to motivatactio)

Saat terjadinya komunikasi antar komunikan dan komunikator tentunya akan ada namanya respon atau *feedback* . Respon atau *feedback* inilah penentu keberhasilan dalam komunikasi apakah komunikan benar-benar memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Respon tersebut yang ditimbulkan oleh komunikan berupa wujud dari perubahan perilaku atau tingkah laku setelah mendapatkan pesan dari komunikator.

Perubahan perilaku atau tingkah laku komunikan termotivasi dalam komunikasi yang telah dilakukan atau terjadi antara komunikan dan komunikator. Motivasi disini berupa tindakan muzakki dalam merespon pesan yang telah disampaikan oleh pengurus Baznas tentang

zakat. Tindakan tersebut dilakukan oleh muzakki yang memahami kewajiban dalam islam membayar zakat sehingga muzakki mau membayar zakat. Untuk mengetahui bagaimana motivasi tersebut peneliti telah melakukan wawancara dengan Umar Aliansyah selaku staff BAZNAS Kepahiang bahwa:

motivasi yang diberikan BAZNAS Kepahiang terhadap muzakki itu berupa penyampayan- penyampaian yang berkaitan dengan zakat yang pesanya bisa merubah ataupun mempengaruhi orang lain agar tergerak melaksanakan suatu kewajiban ataupun keharusan. Seperti hanya penyampaian tentangkeuntungan dan kerugian dari zakat dan lain sebagainya.⁷³

Kemudian ditambahkan pernyataan dari Irsafwan selaku Staf BAZNAS Kepahiang, ia menyatakan bahwa:

Menurut Irsafwan menyatakan bahwa motivasi yang diberikan BAZNAS Kepahiang kepada muzakki dengan menyampaikan hikmah-hikmah yang dapat diambil dari berzakat, juga zakat itu suatu kewajiban bagi umat muslim dan segala hal yang berkaitan dengan zakat dengan tujuan masyarakat sadar akan kewajiban dan juga mau melaksakana atau membayar zakat.⁷⁴

Untuk lebih memperjelas tentang motivasi ini ditambahkan pernyataan dari Umar Aliansyah selaku Staf BAZNAS Kepahiang, ia menyatakan bahwa:

Menurut Umar Aliansyah menyatakan bahwa motivasi yang diberikan BAZNAS Kepahiang kepada muzakki selain dengan menyampaikan hikmah zakat juga dengan menyampaikan informasi-informasi tentang lembaga-lembaga, bencana-bencana yang membutuhkan bantuan sekaligus menyampaikan penyaluran

⁷³ Umar Aliansyah (Staf), Wawancara, Selasa 31 juli 2018, Jam 11:20

⁷⁴ Irsyafwan (Staf), Wawancara, Jum'at 28 september 2018, Jam 11:30

dari BAZNAS Kepahiang dengan tujuan muzakki mau membatu sekaligus memberikan zakatnya agar dapat disalurkan kepada yang berhak.⁷⁵

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam melaksanakan strategi komunikasi baznas tidak hanya melakukan sosialisasi dan pembinaan tetapi juga memberikan motivasi kepada masyarakat (muzakki) agar mau melaksanakan ataupun menyalurkan zakatnya melalui lembaga ini. Adapun bentuk motivasi yang diberikan baznas kepada muzakki itu berupa suatu arahan, didikan yang berkaitan dengan zakat hal ini bertujuan agar muzakki mau melaksanakan kewajibanya sebagai seorang muslim.

2. Korelasi Antarkomponen Dalam Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran agar bisa mencapai tujuan yang ditentukan. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi sebagai berikut sebagai berikut:

a. Mengenal Sasaran Komunikasi

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa yang akan mejadi sasaran komunikasi kita itu. Dalam hal ini untuk

⁷⁵ Umar Aliansyah (Staf), Wawancara, Jum'at 28 september 2018, Jam 11:55

mengetahui siapa saja yang menjadi sasaran BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat peneliti telah melakukan wawancara dengan Asfa'ani selaku wakil ketua II BAZNAS Kepahiang bahwa:

Yang menjadi sasaran dari strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat ialah masyarakat Kabupaten Kepahiang pada umumnya dan PNS-PNS yang ada di Kabupaten Kepahiang khususnya. Agar sasaran BAZNAS Kabupaten Kepahiang bisa menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator (BAZNAS Kepahiang) maka komunikator harus memiliki strategi yang tepat untuk digunakannya. Tetapi sebelum melaksanakan strategi tersebut komunikator terlebih dahulu harus mengenali sasarannya.⁷⁶

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi sasaran BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat adalah seluruh masyarakat Kepahiang umumnya dan yang khususnya PNS-PNS yang ada di Kepahiang.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Seperti yang kita ketahui bahwa media komunikasi itu sangatlah banyak jumlahnya mulai dari yang tradisional sampai yang modern. Dan untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, hal ini bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan.

⁷⁶ Asfa'ani (Wakil Ketua II), Wawancara, Senin 30 Juli 2018 Jam 10:15

Untuk mengetahui media yang digunakan BAZNAS Kepahiang peneliti telah melakukan wawancara dengan Nurdin sebagai Ketua BAZNAS Kepahiang ia menyatakan bahwa:

Media yang digunakan BAZNAS Kepahiang adalah media sosial yakni facebook dan juga email. Karena seperti kita ketahui bahwa facebook jangkanya sangat luas dan juga tepat untuk mencapai sasaran yang luas. Dengan menggunakan media tersebut lebih mempermudah dalam penyampaian pesan mengenai zakat kemasyarakatan yang luas.⁷⁷

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa media yang digunakan BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat yaitu dengan media sosial yakni facebook dan email. Dari pernyataan di atas peneliti dapat melihat dengan media tersebut dapat memudahkan dalam mengumpulkan zakat serta mempermudah dalam menghibau baik dengan menggunakan media cetak maupun media sosial. Sebagaimana dikutip oleh Wiliam L. Rivers, ET AL yang tercantum dalam buku *media massa dan masyarakat modern* karangan bahwa media telah mempercepat, memperkuat dan melekatkan peran komunikasi, Sehingga menambah jarak antara manusia modern dengan dunia nyata dan juga pengumpulan zakat dapat terlaksanakan dengan baik.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunkasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi,

⁷⁷ Nurdin (Ketua), Wawancara, Selasa 31 Juli 2018 Jam 10:15

atau teknik instruksi. Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa apapun tekniknya pertama-tama komunikasi harus mengerti dengan pesan komunikasi itu. Untuk mengetahui tujuan BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat maka peneliti telah mewawancarai Umar Aliansyah sebagai Staff BAZNAS Kepahiang ia menyatakan bahwa:

Tujuan BAZNAS Kepahiang menghimpun zakat untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk kesejahteraan umat beragama dan penanggulangan kemiskinan masyarakat Kabupaten Kepahiang.⁷⁸

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa tujuan BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat adalah untuk meningkatkan efektivitas dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk kesejahteraan masyarakat Kabupaten Kepahiang.

Kemudian untuk mengetahui berhasil atau tidaknya tujuan yang ingin dicapai BAZNAS Kepahiang peneliti telah mewawancarai Asfa'ani selaku wakil ketua II BAZNAS Kepahiang ia menyatakan bahwa:

Masalah berhasil atau tidaknya itu bisa dikatakan sudah berhasil meskipun belum sepenuhnya tapi setidaknya sudah mencapai setengah dari itu, dengan menggunakan strategi komunikasi tersebut kami berharap BAZNAS Kepahiang akan semakin maju.⁷⁹

Dari pernyataan dapat diketahui bahwa BAZNAS Kepahiang sudah berhasil mencapai tujuannya untuk meningkatkan efektivitas dan

⁷⁸ Umar Aliansyah (Staf), Wawancara, Jum'at 28 Agustus 2018 Jam 11:15

⁷⁹ Asfa'ani (Wakil Ketua II), Wawancara, Jum'at 30 Agustus 2018 Jam 10:15

evisiensi dalam pengelolaan zakat dan meningkatkan manfaat zakat untuk kesejahteraan umat beragama dan penanggulangan kemiskinan masyarakat Kabupaten Kepahiang.

d. Peranan Komunikator Dalam Komunikasi

Dalam Peranan Komunikator Dalam Komunikasi ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber. Untuk mengetahui peranan BAZNAS Kepahiang dalam mensosialisasikan zakat peneliti telah mewawancarai Irsyafwan selaku Staff ia menyatakan bahwa:

BAZNAS Kepahiang sangat berperan penting dalam mensosialisasikan tentang zakat. Karena dalam peran tersebut BAZNAS Kepahiang melakukan komunikasi yang baik dan selalu bersifat empatik kepada masyarakat Kabupaten Kepahiang. Sehingga, dengan peran yang dilakukan dalam bersosialisasi tentang zakat itu membuat sebagian masyarakat tertarik dengan pesan dari strategi komunikasi BAZNAS kepahiang itu.⁸⁰

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa peran BAZNAS kepahiang dalam mensosialisasikan tentang zakat sangatlah penting karena dengan peran itu BAZNAS kepahiang dapat mempengaruhi masyarakat dengan penyampai langsung tanpa melalui media. Dengan komunikasinya yang baik dan juga sikapnya yang slalu empatik dalam menghadapi masyarakat mempermudahnya dalam bersosialisasi.

⁸⁰ Irsyafwan (Staf), Wawancara, Jum'at 28 september 2018, Jam 11:50

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisi dalam bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat itu dilihat dari tujuan yang dilaksakanya yakni:

1. Tujuan setral dalam strategi komuikasi ini meliputi tiga tahapan pertama sosialisasi berupa pemberian informasi kepada masyarakat, kedua pembinaan berupa suatu arahan-arahan tentang suatu keharusan muzakki dan yang ketiga motivasi berupa penyampaian hikmah berzakat.
2. Korelasi antarkomponen dalam strategi komunikasi sebagaimana diketahui bahwa muzakki yang ada di Kepahiang ini terbagi dalam beberapa komponen yaitu sasaran yang terorganisir oleh UPZ-UPZ (Unit Pengumpulan Zakat) yang telah dibentuk BAZNAS Kepahiang, dari UPZ tersebut dibuatlah grup media online yaitu facebook dan gmail dari media-media tersebut disampaikanlah tujuan-tujuan dari BAZNAS Kepahiang.

B. Saran

1. Diharapkan kepada seluruh pengurus BAZNAS Kepahiang agar tetap melaksanakan sekaligus mengembangkan strategi komunikasi tersebut dalam menghimpun zakat supaya masyarakat mau mengikuti setiap kegiatan yang diadakan BAZNAS Kepahiang sekaligus mau menyalurkan zakatnya melalui lembaga ini.
2. Kepada masyarakat Kepahiang untuk dapat menyalurkan zakatnya melalui BAZNAS Kepahiang karena ini adalah lembaga yang resmi yang ada di Kabupaten Kepahiang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Muhammad *Zakat Ditinjau Fiqih Dan Teori Ekonomi Makro Modern*, (Jakarta: Fath Publishing, 2009)
- Arikunto, Suharsimi dan Muchtarom, *Sejarah Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)
- Arikunto, Suharsimi *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998)
- Arikunto, Suharsimi *Prosedur Penelitian*, (Jakarta, Ritaka Cipta, 2002)
- Asnaini, *zakat produktif dalam perspektif hukum islam*, (yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset : 2008)
- Bungin, Burhan *Metodologi penelitian kualitatif*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2006)
- Bungin, Burhan *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group)
- Cangara, Hafied *perencanaan dan strategi komunikasi*, (Jakarta: PT Grafindo Pustaka., 1997)
- Cangara, Hafied *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo: 1998)
- Daud Ali, Muhammad *Sistem Ekonomi Islam Zakat Dan Waqaf*, (Jakarta: Unniversitas indonesia (UI-Press) : 1988)
- David, Fred *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Prehalindo: 2002)
- Hadi, Amirudin *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Pustaka Setia, 1998)
- Hafiduddin, Didin *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta, Gema Insani, 2002)
- Hamid, Abdul *Fiqih Zakat*, (Curup, Rejang Lebong LP2 STAIN Curup, 2012).

- Hasan Ayyub, Syehk *Fiqih Ibadah*, (Jakarta Timur : Pustaka Al-Kausar :2004)
- Huda, Masrur *Syubhat Seputar Zakat*, (Malang: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri: 2012)
- Husein, Ali *Strtegi Pendidikan Islam*, (Surabaya: Bina Aksara: 1993)
- Moloeng, *Lexy metode penelitian kualitatif*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2003)
- Muiz, Abdul *103 Kesalahan Dalam Berzakat Dan Bersedekah*, (Jakarta : PT Buku Kita: 2011)
- Murtopo, Ali *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: Center For Startegic And Internasional Studies CSISI: 1987)
- Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung : Tarsito, 2003)
- Oliver, Sendra *strategi publik relations*, (Jakarta: Erlangga: 2006)
- Ruslan, Rosadi *Kiat Dan Strategi Kampanye Publik Relatilations*, (Jakarta: PT Grafindo Persada: 1997)
- Subagyo, Joko *Metodelogi Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006)
- Suprpto, Tommy *pengantar ilmu komunikasi*, (Tangerang: PT Gromedia Pustaka: 2006)
- Tuswa, Winarno *Pengantar metode Dan Riset*, (Bandung, Tarsito, 1990)
- Uchjana Effendi, Onong *Ilmu, Teori Dan Filsafat komunikasi* (PT. Citra Aditya Bakti Bandung 2003)
- Widjaja, *Ilmu Komunikasi pengantar studi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta: 2000)
- Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara: 2002)

Zainal Abidin, Yusup *Manajemen Komunikasi Filosofi, konsep dan Aplikasi*, (Bandung:
Pustaka Setia: 2015).

PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA

1	<p>Tujuan setral dari strategi komunikasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Sosialisasi b. Pembinaan c. Motivasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimanakah sosialisasi yang dilakukan BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat? 2. Bagaimana langkah yang dilakukan BAZNAS Kepahiang dalam melakukan pembinaan kepada muzakki? 3. Bagaimana bentuk pembinaan yang dilakukan BAZNAS Kepahiang? 4. motivasi yang bagaimanakah yang diberikan BAZNAS Kepahiang kepada muzakki?
2	<p>Korelasi antarkomponen dalam strategi komunikasi</p> <ul style="list-style-type: none"> a. mengenali sasaran komunikasi b. pemilihan media komunikasi. c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi. d. Peranan komunikator dalam komunikasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. siapa saja yang menjadi sasaran BAZNAS Kepahiang? 2. Media apa yang digunakan BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat? 3. Apa tujuan BAZNAS Kepahiang dalam menghimpun zakat? 4. Tercapai atau tidakkah tujuan BAZNAS Kepahiang tersebut? 5. Bagaimanakan peranan BAZNAS Kepahiang dalam mensosialisasikan tentang zakat?

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Irsaf wa
Keterangan : staf Pengembangan MUBEKI

Menerangkan dengan sebenarnya, bahwa :

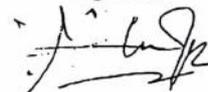
Nama : Nina Angriyani
Nim : 14521036
Jurusan : Dakwah, Komunikasi dan Ushulludin
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Telah mengadakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi BAZNAS Kepahiang Dalam Menghimpun Dana Zakat".

Demikianlah, Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Cukup, 30 Juli 2018

Mengetahui


Irsaf Wan, S.H.I

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

na : Prs. MURDIN. M
erangan : Ketua Baznas Kepahiang

Menerangkan dengan sebenarnya, bahwa :

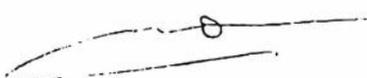
na : Nina Angriyani
n : 14521036
usan : Dakwah, Komunikasi dan Ushulludin
ydi : Komunikasi Penyiaran Islam

Telah mengadakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi BAZNAS Kepahiang Dalam Menghimpun Dana Zakat".

Demikianlah, Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kepahiang, 23 Juli 2018

Mengetahui


Prs. MURDIN. M.



KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
NOMOR : 355/An.34/II/PP.00/07/2018

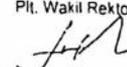
Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II DALAM PENULISAN SKRIPSI
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Membimbing a. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud.
- Mengingat b. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut
1. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 13/II/2001 tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan pembiayaan Program Diploma, Sarjana, dan Pasca Sarjana Di Perguruan Tinggi.
2. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 406 Tahun 2000 tentang Pembukaan Jurusan, Program studi Baru pada Perguruan Tinggi Di Lingkungan Departemen Agama RI
3. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 1 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Satuan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Agama.
4. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor : 175 Tahun 2008 tentang Statuta STAIN Curup.
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/15447, tanggal 18: B.II/3/08207:2016, tanggal 18 April 2018 Tentang Pengangkatan rektor IAIN Curup Periode 2018-2022

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Menunjuk saudara :
- Pertama : 1. Bakti Komalasari, S. Ag., M. Pd : 19701107 200003 2 004
2. Pajrun kamil, M. Kom.I
Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- Nama : Nina Angriyani
NIM : 14521036
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Baznas Kepahiang dalam Menghimpun Dana Zakat
- Kedua : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi;
- Ketiga : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan kontens skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan;
- Keempat : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Kelima : Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- Keenam : Surat keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Ketujuh : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku.

Ditetapkan di: Curup
Pada tanggal: 18 Juli 2018
a. n. Rektor IAIN Curup
Ptt. Wakil Rektor I.


Hendra Harmi

- mbusan :
1. Pembimbing I dan II
 2. Bendaharawan Instansi Pengguna IAIN Curup.
 3. Kasubbag AK IAIN Curup
 4. Kepala Perpustakaan IAIN
 5. Mahasiswa yang bersangkutan
 6. Asip AK Jurusan Dakwah, Komunikasi dan Ushuluddin



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
Jalan AK Gardi No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010

no : 812 /In.34/II/PP.00.9/07/2018
no : Proposal dan Instrumentasi
hal : Rekomendasi Izin Penelitian

Curup, 20 Juli 2018

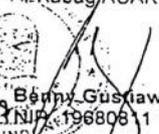
Ketua Baznas Kabupaten Kepahiang
Di
Kab. Kepahiang

Dalam rangka penyusunan Skripsi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
dan Dakwah Komunikasi dan Usuluddin Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Nama : Nina Angriyani
NIM : 14521036
Jurusan/Prodi : Dakwah, Komunikasi dan Ushuluddin / Komunikasi
dan Penyiaran Islam
Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Baznas Kepahiang dalam
Menghimpun Dana Zakat
Waktu Penelitian : 20 Juli 2018 s/d 20 September 2018
Tempat Penelitian : Sekretariat Baznas Kabupaten Kepahiang

Mohon kiranya Bapak berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang
bersangkutan.

Demikianlah, atas kerjasama diucapkan terima kasih

a.n. Rektor
Pii. Kabag AUAK

Benny Gustiawan, S.Ag., M.Pd
NIP. 196806111991031004

- revisi :
1. Ketua Baznas Kabupaten Kepahiang
 2. Ka Prodi KPI
 3. Arsip



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Nisa Asriyanti
 NIM : 1524036
 FAKULTAS/JURUSAN : Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam
 PEMBIMBING I : Dr. Komalasari S. A. M. Pd.
 PEMBIMBING II : Paiyaa Kamil M. Kom. I
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Komunikasi Bazaras Kerahianis Dalam Menghimpun Dana Zakat

- Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing I atau pembimbing 2;
- Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing I minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;
- Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diujikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Nisa Asriyanti
 NIM : 1524036
 FAKULTAS/JURUSAN : Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam (IKPI)
 PEMBIMBING I : Dr. Komalasari S. A. M. Pd.
 PEMBIMBING II : Paiyaa Kamil M. Kom. I
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Komunikasi Bazaras Kerahianis Dalam Menghimpun Dana Zakat

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I : [Signature]
 NIP. 1970 1107 2000 32004
 Pembimbing II : [Signature]
 NIP. [Signature]



NO	TANGGAL	Materi yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	19 Desember 2017	Pembahasan Pustaka	[Signature]	[Signature]
2	08 Januari 2018	Ke. Dan Kulture	[Signature]	[Signature]
3	05 Februari 2018	mentoring online / offline	[Signature]	[Signature]
4	13 Februari 2018	Prac. Kom. I dan II	[Signature]	[Signature]
5	15 Juni 2018	Partisipasi dan Peranan masyarakat	[Signature]	[Signature]
6	05 September 2018	Hubung Pendidikan, dan Kearifan	[Signature]	[Signature]
7	10 September 2018	Ace dalam Peningkatan	[Signature]	[Signature]
8				



TANGGAL	Materi yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
10 September 2018/10	Bab 1-2 OK	[Signature]	[Signature]
21 September 2018/11	Bab 3	[Signature]	[Signature]
01 Oktober 2018	Teknis Penulisan	[Signature]	[Signature]
09 Oktober 2018	Bab IV Peningkatan	[Signature]	[Signature]
15/10 2018	Bab IV dan V	[Signature]	[Signature]
16/10 2018	Berbahasa Abstrak, Kesimpulan, dan Referensi Pustaka	[Signature]	[Signature]
18/10 2018	Ace dapat masuk ke Kurikulum	[Signature]	[Signature]