

**PENERAPAN KOMUNIKASI DAKWAH OLEH LEMBAGA  
AMIL ZAKAT DAARUT TAUHID PEDULI DALAM  
MEMBANGUN KEPERCAYAAN MUZZAKI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1  
dalam Ilmu Dakwah Dan Komunikasi

**Oleh:**

**DEDE HIDAYAT  
NPM : 1641010311**

**Jurusan :Komunikasi Dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISALAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1441/2020 M**

**PENERAPAN KOMUNIKASI DAKWAH OLEH LEMBAGA  
AMIL ZAKAT DAARUT TAUHID PEDULI DALAM  
MEMBANGUN KEPERCAYAAN MUZZAKI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-  
syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Dalam Ilmu Dakwah Dan Komunikasi



**Pembimbing I : Prof. Dr. H. MA. Achlami HS, MA**

**Pembimbing II : M. Apun syaripudin, S.Ag., M.Si**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1441 H/2020 M**

## ABSTRAK

Kemiskinan merupakan masalah sosial yang senantiasa hadir di tengah-tengah masyarakat, khususnya di negara-negara berkembang. Kemiskinan senantiasa menarik berbagai kalangan baik para akademisi maupun para praktisi. Berbagai teori konsep dan pendekatan pun terus menerus dikembangkan untuk menjawab persoalan kemiskinan ini. Dalam ekonomi Islam, pendistribusian kesejahteraan kepada seluruh umat manusia salah satunya dapat melalui zakat, infak dan sedekah. Zakat, infak dan sedekah merupakan salah satu ciri dari sistem ekonomi Islam dalam memberdayakan umatnya dan mengandung asas keadilan didalamnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, pertanyaan penelitian adalah bagaimana penerapan komunikasi dakwah dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli dalam membangun kepercayaan kepada Muzzaki?

Penelitian ini bersifat deskriptif, dengan pendekatan kualitatif, data yang di gunakan data primer dan data sekunder dengan tehnik pengumpulan data observasi dan dokumentasi, sedangkan metode analisis datanya menggunakan teknik koferatif.

Hasil penelitian diketahui bahwa Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Lampung menggunakan dua strategi dan tujuh metode yaitu : Strategi online/tidak langsung dengan metode : Iklan, Website, Facebook dan Instagram. Dan strategi offline/langsung dengan metode: Penyelenggaraan event, Pelayanan masyarakat melalui mobil ambulan, Menjalin kerjasama dengan majelis taklim.

Dengan dua strategi ini berhasil dalam membangun kepercayaan muzakki pada Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Lampung, dengan penghimpunan yang selalu meningkat, sehingga Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Lampung dapat mengelola dana ZIS untuk memberdayakan masyarakat.

**Kata Kunci : Penerapan Komunikasi Dakwah, Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli, Muzzaki**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

*Jln. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp (0721) 703289*

**PERSETUJUAN**

**Nama Mahasiswa : Dede Hidayat**  
**NPM : 1641010311**  
**Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
**Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi**  
**Judul Skripsi : PENERAPAN KOMUNIKASI DAKWAH  
OLEH LEMBAGA AMIL ZAKAT  
DAARUT TAUHID DALAM  
MEMBANGUN KEPERCAYAAN  
MUZAKKI**

**MENYETUJUI**

Untuk di munaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang  
Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan  
Lampung

**Pembimbing I**

**Prof. Dr. H. MA. Achlan HS, MA**  
**NIP. 196202281997031001**

**Pembimbing II**

**M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si**  
**NIP. 197209291998031003**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si**  
**NIP. 197209291998031003**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**Jln. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp (0721) 703289**

**PENGESAHAN**

**PENERAPAN KOMUNIKASI DAKWAH OLEH LEMBAGA AMIL ZAKAT DAARUT TAUHID DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MUZAKKI”** disusun oleh, **Dede Hidayat**, NPM: **1641010311** Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal: **jumat-Nov-2020**

**Tim Penguji**

**Ketua : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I** (.....)

**Sekretaris : Ade Nur Istiani, M.I. Kom** (.....)

**Penguji I : Badarudin, M.Ag** (.....)

**Penguji II : Prof. Dr. H. MA. Achlami HS M.A** (.....)

**Penguji III : M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si** (.....)

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si**  
**NIP. 1961040919900311002**

## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dede Hidayat  
NPM : 1641010311  
Jurusan Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENERAPAN KOMUNIKASI DAKWAH OLEH LEMBAGA AMIL ZAKAT DAARUT TAUHID PEDULI DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MUZZAKI”** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau seduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan disebutkan dalam *footnote* atau daftar pustaka apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Bandar Lampung, Oktober 2020

Penulis



Dede Hidayat

1641010311

## MOTTO

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

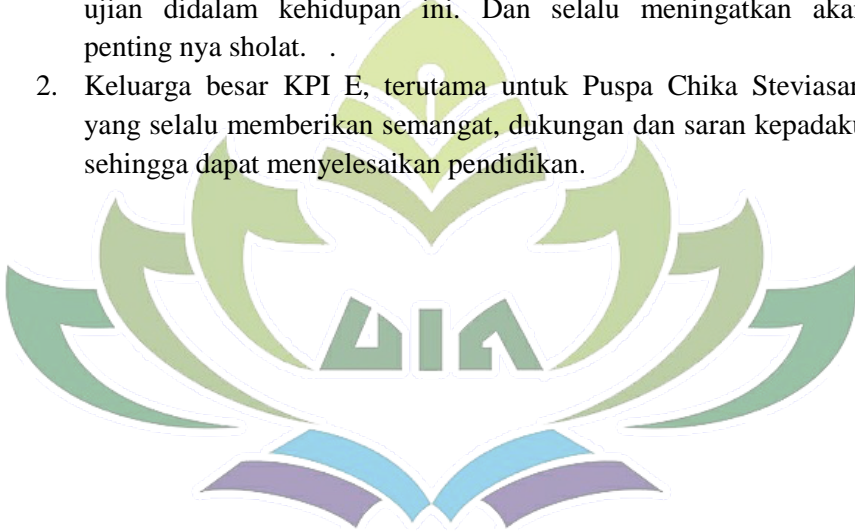
Artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka guna membersihkan dan menyucikan mereka dan berdoalah untuk mereka sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketentraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.”



## PERSEMBAHAN

Tiada kata yang dapat saya ucapkan, kecuali rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orangtua tercinta Bapak Idris dan Ibu Sujiah, yang telah mengajarkan kepada saya makna sesungguhnya dari kehidupan. Orangtua yang senantiasa menguatkan disetiap langkah, dan yang telah memberikan segalanya untuk keberhasilan anak-anaknya, serta selalu memberikan semangat ketika menghadapi beratnya ujian didalam kehidupan ini. Dan selalu mengingatkan akan penting nya sholat. .
2. Keluarga besar KPI E, terutama untuk Puspa Chika Steviasari yang selalu memberikan semangat, dukungan dan saran kepadaku sehingga dapat menyelesaikan pendidikan.





## RIWAYAT HIDUP

Penulis yang bernama Dede Hidayat lahir di Tangerang, pada tanggal 28 Agustus 1996, anak ke terakhir dari lima bersaudara. Terlahir dari pasangan Bapak Idris dan Ibu Sujiah .

Pendidikan yang penulis tempuh ialah SDN 1 Karang Raja yang diselesaikan pada tahun 2009, penulis kemudian melanjutkan ke SMPN 2 Merbau Mataram diselesaikan pada tahun 2012, selanjutnya penulis melanjutkan ke jenjang berikutnya yakni Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Tanjung Bintang di selesaikan pada tahun 2015, penulis kemudian melanjutkan pendidikannya ke tahap yang lebih tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dan diterima di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah mengikuti kegiatan komunitas yaitu Komunitas photography, dan Rumah film KPI



## KATA PENGANTAR

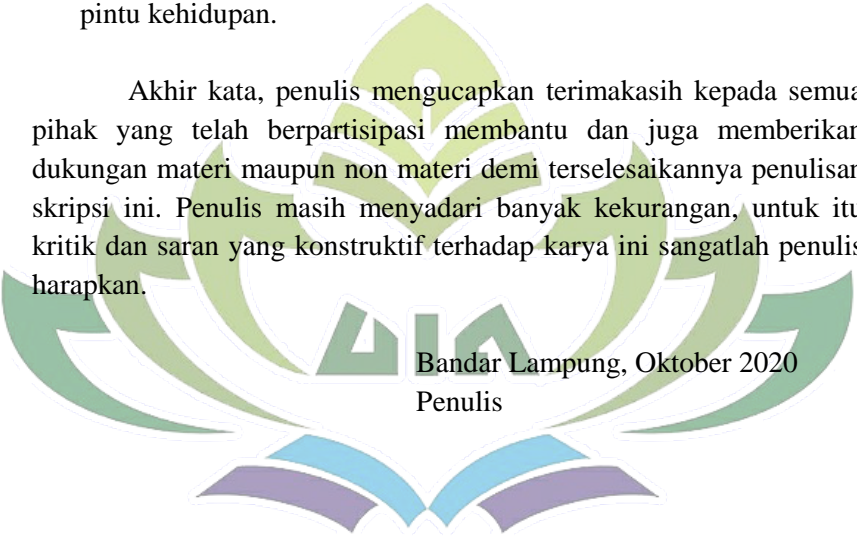
Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur saya sampaikan kehadiran Allah SWT, Rabb semesta alam, Sang pemberi petunjuk, Sang pemberi pertolongan dan Sang Maha segalanya yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang selalu berjuang di jalan Allah SWT. Karena jasa beliau yang telah memberikan contoh suritauladan yang baik sehingga secara tidak langsung penulis termotivasi menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari menuntut ilmu.

Selama penyusunan skripsi ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang dialami oleh penulis, baik yang menyangkut waktu, pengumpulan data maupun pembiayaan dan sebagainya. Namun dengan hidayah dan inayah Allah SWT dan berkat usaha disertai dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka segala kesulitan dan hambatan itu dapat diatasi dengan sebaik-baiknya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Keberhasilan skripsi ini tidak terlepas dari motivasi, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga dengan penuh rasa penghormatan penulis mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Prof. Dr. H. MA. Achlami HS, MA dan Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si selaku pembimbing I dan pembimbing II atas keikhlasanya waktu dan ilmunya dalam memberikan bimbingan kepada penulis.
4. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan banyak pelajaran berharga serta menyediakan segala fasilitas dalam rangka penyusunan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu guru yang telah mengajarkan sedari SD yang tentunya tak bisa kusebutkan satu persatu atas keikhasannya yang telah membekali ilmu pengetahuan, membuka wawasan, dan memberikan pengalaman yang sangat berharga untuk membuka pintu kehidupan.
6. Teman-temanku KPI/E/2016 mereka yang selalu ada dikala suka maupun duka, yang telah memotivasi, mendukung, dan memberikan bantuan baik petunjuk atau berupa saran-saran yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengalaman yang sangat berharga untuk membuka pintu kehidupan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi membantu dan juga memberikan dukungan materi maupun non materi demi terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penulis masih menyadari banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang konstruktif terhadap karya ini sangatlah penulis harapkan.



Bandar Lampung, Oktober 2020  
Penulis

Dede Hidayat  
1641010311

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	2
C. Latar Belakang Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Fokus Penelitian .....	8
G. Metode Penelitian .....	8
1. Jenis dan Sifat Penelitian.....	8
2. Teknik Pengumpulan Data .....	9
3. Sumber Data .....	11
4. Analisis Data .....	11
5. Populasi .....	12
6. Sampel .....	12
H. Sistematika Pembahasan.....	12

### **BAB II KOMUNIKASI DAKWAH LEMBAGA AMIL ZAKAT DAN KEPERCAYAAN MUZZAKI**

A. Komunikasi Dakwah .....	15
1. Pengertian Komunikasi Dakwah .....	15
2. Metode Komunikasi Dakwah .....	16

3. Fungsi Komunikasi Dakwah .....	20
4. Unsur-unsur Komunikasi Dakwah .....	21
B. Strategi Komunikasi .....	22
1. Pengertian Strategi Komunikasi .....	22
2. Tujuan Strategi Komunikasi .....	27
C. Badan Amil Zakat.....	29
1. Peranan Badan Amil Zakat.....	30
2. Pengertian Zakat.....	31
D. Muzzaki .....	34
1. Pengertian Muzzaki .....	34
2. Syarat-Syarat Menjadi Muzzaki.....	34
E. Tinjauan Pustaka.....	35

### **BAB III LEMBAGA AMIL ZAKAT DAARUT TAUHID PEDULI DAN KOMUNIKASI DAKWAH TERHADAP MUZAKKI**

A. Profil Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid.....	37
1. Letak Geografis .....	37
2. Sejarah Singkat .....	37
3. Legal Formal .....	38
4. Visi Misi.....	39
5. Struktur Kepengurusan.....	40
B. Komunikasi Dakwah LAZ Daarut Tauhid Peduli Dengan Muzakki .....	41
1. Program Kegiatan dan Pendistribusian Dana Zakat.....	41
2. Pola dan Strategi Komunikasi LAZ Darut Tauhid Peduli .....	45
3. Metode Berzakat Darut Tauhid di Lampung..	46
4. Peran Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Dalam Membangun Kepercayaan Muzzaki .....	47

<b>BAB IV</b>	<b>UPAYA LEMBAGA AMIL ZAKAT DAARUT TAUHID PEDULI DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MUZZAKI</b>	
	A. Penerapan Strategi Komunikasi Dakwah oleh Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Dalam Membangun Kepercayaan Muzzaki.....	49
	1. Metode Langsung .....	49
	2. Metode Tidak Langsung .....	51
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan.....	55
	B. Saran .....	55
	C. Penutup.....	56

**DAFTAR PUSTAKA**  
**DAFTAR LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

### 1.1 Dokumentasi jumlah muzakki di Lembaga Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid Cabang Lampung



## DAFTAR LAMPIRAN

1.2 Surat Keputusan Judul Skripsi

1.3 Dokumentasi Penelitian





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menjelaskan secara keseluruhan isi penelitian ilmiah ini, terlebih dahulu akan dijelaskan apa yang dimaksud dari judul penelitian ilmiah. Adapun judul penelitian ilmiah yaitu **“Penerapan Komunikasi Dakwah Oleh Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Dalam Membangun Kepercayaan Muzzaki”**, maksud judul tersebut dapat ditegaskan sebagai berikut:

Penerapan adalah perbuatan menerapkan atau memperaktekan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang di inginkan oleh suatu kelompok yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.<sup>1</sup> Komunikasi sebagaimana menurut Suwardi, kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *“communis”*. *Communis* atau dalam bahasa Inggrisnya *“commun”* yang artinyasama. Apabila kita berkomunikasi (*to commute*), ini berarti bahwa kita beradadalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan.<sup>2</sup>

Sedangkan menurut Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberikan perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi mendefinisikan komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.<sup>3</sup> Dakwah Menurut M. Arifin dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tinggah laku dan sebagainya yang dilakukan

---

<sup>1</sup>KBBI, 2016. *“Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)”* (On-line) tersedia di : <http://kbbi.web.id/pusat> (2 Februari 2020).

<sup>2</sup>Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), h. 9.

<sup>3</sup>Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), h. 22

secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok.<sup>4</sup>

Zakat, berasal dari kata zaka yang berarti “suci, baik, tumbuh dan berkembang”, menurut istilah syara’ (istilah) zakat adalah nama bagi sejumlah harta tertentu yang telah mencapai syarat tertentu yang diwajibkan oleh Allah untuk di berikan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu pula.<sup>5</sup>

Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli adalah sebuah Lembaga Amil Zakat Nasional dan merupakan Lembaga Nirlaba yang bergerak di bidang penghimpunan dan pendayagunaan dana zakat, Infaq, shadaqah dan wakaf . Didirikan 16 Juni 1999 Oleh KH Abdullah Gymnastiar sebagai bagian dari Yayasan Daarut Tauhiid dengan tekad menjadi LAZ yang Amanah, Profesional dan Jujur berlandaskan pada Ukhuwah Islamiyah.

Kepercayaan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Karena keyakinan merupakan suatu sikap, maka keyakinan seseorang tidak selalu benar atau keyakinan semata bukanlah jaminan kebenaran.

Muzzaki ialah orang yang berzakat atau menzakatkan hartanya, berupa zakat baik zakat mal maupun zakat fitrah. Untuk zakat mal dengan cacatan hartanya telah mencukupi syarat yang di tetapkan syariat Islam, dan zakat fitrah pada bulan Ramadhan saja.<sup>6</sup>

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun alasan penulis memilih judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini penulis akan membahas tentang bagaimana peneraasn komunikasi dakwah oleh lembaga amil zakat daarut tauhid peduli dalam membangun kepercayaan

---

<sup>4</sup>Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2019), h.29

<sup>5</sup>Yusuf Wibisono, Mengelola Zakat Indonesia, (Kencana: Prenadamedia 2015) cet h.1

<sup>6</sup>M. Ali Hasan, Zakat dan Infak, ( Jakarta: Kencana, 2008), h. 92

muzzaki. Berdasarkan data yang saya lihat dari laporan tahunan 2017-2019 terjadi peningkatan muzzaki sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian bagaimana penerapan lembaga da'arut tauhid karena tanpa sebuah komunikasi dengan baik tidak mungkin suatu lembaga dapat di kelola dengan baik. sehingga membuat penulis tertarik untuk lebih dalam mengetahui tentang bagaimana penerapan komunikasi dakwah lembaga amal zakat da'arut tauhid untuk mengmpulkan sebanyak mungkin muzzaki.

2. Pembahasan skripsi ini merupakan suatu ilmu yang membahas tentang kelembagaan zakat khususnya penerapan komunikasi, sosialisasi, membangun, mendorong dan karna zakat manfaatnya cukup besar pengelolaan nyaharus terpercaya dalam adminitras, amanah dan tapat sasaran. Permasalahan ini selaras dengan spesialis keilmuan yaitu pada jurusan komunikasi Penyiaran Islam serta didukung oleh tersedianya literatur baik premier maupun skunder dan data penelitian lapangan yang menunjang dalam penelitian tersebut.

### **C. Latar Belakang Masalah**

Kemiskinan merupakan masalah sosial yang senantiasa hadir di tengah-tengah masyarakat, khususnya di negara-negara berkembang. Kemiskinan senantiasa menarik berbagai kalangan baik para akademisi maupun para praktisi. Berbagai teori konsep dan pendekatan pun terus menerus dikembangkan untuk menjawab persoalan kemiskinan ini. Secara ekonomi kemiskinan dapat dikategorikan sebagai kekurangan sumber daya yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan meningkatkan kesejahteraan sekelompok orang. Sumber daya dalam konteks ini menyangkut tidak hanya aspek finansial, melainkan pula segala jenis kekayaan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam arti luas.

Zakat, infak dan sedekah dapat dimanfaatkan sebagai sarana penunjang pemerataan kesejahteraan masyarakat serta zakat akan memperkecil kesenjangan sosial, meminimalisir jurang pemisah

antara si kaya dan si miskin serta dengan zakat akan tumbuh nilai kekeluargaan dan persaudaraan. Zakat sebagai sumber dana sosial kaum muslimin sebenarnya memiliki potensi besar bagi pendaan aktivitas peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi kaum muslimin di Indonesia. Zakat, infak dan sedekah juga memiliki beberapa fungsi lainnya.<sup>7</sup> fungsi yang Pertama adalah tanggung jawab sosial (dalam hal penanggulangan kemiskinan, pemenuhan kebutuhan fisik minimum, penyediaan lapangan kerja, dan juga bantuan dalam hal adanya bencana alam, dan lain-lain).

Kedua perekonomian yaitu dengan mengalihkan harta yang tersimpan dan tidak produktif di kalangan masyarakat. Ketiga tegaknya jiwa umat yaitu melalui tiga prinsip: menyempurnakan kemerdekaan setiap individu, membangkitkan semangat beramal shaleh yang bermanfaat bagi masyarakat luas, serta memelihara dan mempertahankan akidah.

Zakat infaq shodaqah juga merupakan sumber dana potensial dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat level bawah, potensi zakat semakin berkembang ketika disahkannya UU RI No.38 Tahun 1999 mengenai pengelolaan zakat dan ini merupakan wujud kepedulian pemerintah untuk mengupayakan kelembagaan pengelola zakat dengan manajemen modern.<sup>8</sup>

Potensi zakat yang sangat luar biasa di yang mana negara Indonesia ialah negara muslim, dengan penduduk mayoritas muslim, dengan jumlah muslim yang saat ini kurang lebih sekitar 250 juta jiwa, bila mana setiap muslim yang hartanya telah mencapai nisob menzakatkan hartanya, di kelola di distribusikan kepada yang membutuhkan maka tidaklah sulit untuk mensejahterakan masyarakat miskin dan fakir.

Zakat secara Nasional sangat menarik karena di Indonesia sebagai Negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam

---

<sup>7</sup>Majalah BAZNAZ edisi September Tahun 2016

<sup>8</sup>Noor Aflah , *Arsitektur Zakat Indonesia*, (Jakarta: penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), 2009 h 1

tentunya memiliki potensi yang besar dalam penerimaan Zakat, Infaq dan Shadaqah(ZIS). Menurut ketua BAZNAS( Badan Amil Zakat Nasional) Bambang Sudibyo potensi Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) di Indonesia mencapai Rp 138 triliun pada tahun 2017. Meskipun dari tahun ketahun mengalami peningkatan namun kenaikannya hanya sedikit saja. Agar dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah dapat terkumpul secara maksimal, maka disinalah peran lembaga pengelola zakat untuk melakukan suatu strategi dalam pengumpulan ZIS. Keberadaan lembaga zakat contoh nya Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Pedulisangat bermanfaat untuk meyakinkan para *muzakki* agar bersedia menyalurkan zakat, infaq dan shadaqahnya pada lembaga pengelolazakat.<sup>9</sup>

Sarana dan prasarana yang digunakan Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli dalam aspek pengumpulan zakat adalah menggunakan berbagai media seperti sistem online atau transfer atm, spanduk, brosur dan lainnya. Sistem online dapat kita akses melalui alamat website dan transfer menggunakan nomer rekening yang disediakan oleh Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli yang memudahkan para muzakki. Berdasarkan hal tersebutlah, maka penyusun merasa tertarik untuk mengetahui lebih mendalam bagaimana strategi yang digunakan dalam pengumpulan zakat, infaq dan shadaqah oleh Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli.

Berdirinya Daarut Tauhiid di indonesia adalah Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia memiliki potensi zakat yang amat besar. Sayangnya, pada saat itu sebagian besar masyarakat masih belum memiliki kesadaran untuk berzakat sesuai dengan ketentuannya. Hal lain yang juga menjadi perhatian adalah belum optimalnya penggunaan dana zakat ini. Kadang, penyaluran dana zakat hanya sebatas pada pemberian bantuan saja tanpa memikirkan kelanjutan dari kehidupan si penerima dana. Daarut Tauhiid berusaha untuk mengatasi hal-hal tersebut. Selain menguatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat, Daarut Tauhiid juga berusaha menyalurkan dana yang sudah diterima kepada mereka yang benar-benar berhak, dan berusaha mengubah nasib kaum

---

<sup>9</sup> Moh. Nadir, Majalah BAZNAZ edisi Maret Tahun 2018

mustahik menjadi mereka yang sebelumnya menerima zakat menjadi pemberi zakat.<sup>10</sup>

Kiprah Daarut Tauhid ini mendapat perhatian pemerintah, kemudian ditetapkan menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) sesuai dengan SK Menteri Agama no 257 tahun 2016 pada tanggal 11 Juni 2016. Di mana sebelumnya sejak tahun 2004 telah menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional dengan nomor SK 410 Tahun 2004.

Menurut ajaran Islam zakat sebaiknya dipungut oleh negara atau pemerintah yang bertindak sebagai wakil fakir miskin untuk memperoleh haknya yang ada pada harta orang-orang kaya. Apabila negara tidak memiliki lembaga pengumpulan zakat maka pemungutan dan pembagian zakat dapat dilakukan misalnya oleh badan-badan hukum swasta di bawah pengawasan pemerintah. Hal ini dijelaskan pada Undang-Undang zakat No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat, infak dan sedekah harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat Islam.

#### **D. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Penerapan Strategi Komunikasi Dakwah Oleh Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Dalam Membangun Kepercayaan Muzzaki

#### **E. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai atas rumusan masalah yang diterapkan, oleh karena itu penulis mempunyai tujuan tersendiri

---

<sup>10</sup>Fabyan Andara P Wawancara Dengan Karyawan Bagian Media Daruut Tauhid Peduli Umat Cabang Lampung, Lampung 28 agustus 2020

baik secara subjektif maupun objektif. Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana “Penerapan Komunikasi Dakwah Oleh Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Dalam Membangun Kepercayaan Muzzaki”
- b. Bagaimana strategi Lembaga Amal Zakat darut tauhid dalam membangun kepercayaan muzzaki.

## 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ada dalam penelitian antara lain sebagai berikut:

### a. Akademis

Penelitian di harapkan dapat di jadikan suatu tambahan bahan rujukan buku di perpustakaan di UIN Raden Intan Lampung pada umumnya dan untuk mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam pada khususnya, serta berguna bagi banyak pihak terutama sebagai tambahan referensi atau perbandingan bagi studi-studi yang akan datang.

### b. Praktis

Penelitian ini di harapkan agar dapat mengembangkan wawasan baru dan memberikan motivasi bagi para praktisi yang konkrit terhadap perkembangan ilmu komunikasi atau lebih khusus mengenai strategi dan penerapan komunikasi.

### c. Lembaga Terkait

Penelitian ini di harapkan agar dapat menjadi bahan pertimbangan bagi DaarutTauhid agar mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja yang sudah ada yang sudah baik menjadikan lebih baik lagi dan memaksimalkan kinerja yang belum optimal.

## F. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti menfokuskan masalah terlebih dahulu supaya tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Dalam penelitian, ada dua fokus yang diteliti:

1. Strategi komunikasi yang digunakan LAZ Daarut Tauhid Lampung.
2. Penerapan strategi dakwah yang digunakan LAZ Daarut Tauhid Lampung.

## G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan

atau memperoleh data yang diperlukan.<sup>11</sup> Adapun metode yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

### 1. Jenis Dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Jenis metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam kancan kehidupan yang sebenarnya, penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat ditengah masyarakat.<sup>12</sup>

Tujuan penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.<sup>13</sup> Penulis menggunakan metode ini karena ingin memperoleh gambaran di lapangan mengenai

---

<sup>11</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h.9

<sup>12</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosiasl*, Cet. VII (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 32

<sup>13</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2013), h. 46



penerapan komunikasi dakwah oleh lembaga amil zakat daarul tauhid peduli dalam membangun kepercayaan muzzaki.

## **b. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.<sup>14</sup> Metode deskriptif menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian, dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.<sup>15</sup> Dipilihnya penelitian ini agar memperoleh paparan dan gambaran yang tepat mengenai penerapan komunikasi dakwah oleh lembaga amil zakat daarul tauhid peduli dalam membangun kepercayaan muzzaki.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun dalam prosedur pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan alat pengumpul data sebagai berikut:

### **a. Metode Wawancara**

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam interaksinya dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>16</sup> Adapun jenis wawancara yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang dilakukan secara bebas, tapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah disiapkan terlebih dahulu.<sup>17</sup>

Wawancara digunakan peneliti untuk mengumpulkan data, fakta dan informasi dari para narasumber di Lembaga Amil Zakat Daarul Tauhid Peduli. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara secara langsung dan secara tidak

<sup>14</sup>Irawan Soehartono, *Metode Penelitian....*, h. 35

<sup>15</sup>Imam Suprayogo dan Tabroni, *Metodelogi Penelitian Sosial-Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 71

<sup>16</sup>Cholid Nabuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian....*, h. 83

<sup>17</sup>Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis ....*, h. 101

langsung yakni dengan media komunikasi. Wawancara tidak langsung dikarenakan terdapat keterbatasan dan kendala dalam menemui narasumber.

#### b. Metode Observasi

Metode observasi adalah cara pengumpulan data melalui pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa mengajukan pertanyaan-pertanyaan.<sup>18</sup> Berdasarkan sifatnya, penelitian ini menggunakan cara observasi langsung, dimana pengamat selaku peneliti langsung hadir secara fisik memantau peristiwa yang terjadi secara leluasa.

Proses pengumpulan data ini, penulis menggunakan observasi non partisipan yakni peneliti tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan sehari-hari dan hanya sebagai pengamat independen. Selanjutnya observasi non partisipan yang digunakan dalam bentuk tak terstruktur, karena dalam penelitian kualitatif fokus akan berkembang selama kegiatan observasi berlangsung.

Observasi tak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tahu secara pasti tentang apa yang akan di amati. Peneliti tidak menggunakan instrument yang telah baku, tetapi berupa rambu-rambu pengamatan.<sup>19</sup> Observasi ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli yaitu dengan cara komunikasi secara langsung dalam pelaksanaan membangun kepercayaan muzzaki.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian....*, h. 69

<sup>19</sup> Sugiono, *Metode Penelitian.....*, h.

<sup>20</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 23

Teknik ini untuk mengumpulkan data-data berupa catatan-catatan, surat dan foto, gambar dan lain-lain. Dalam hal ini penulis mengumpulkan dokumentasi untuk mencari data mengenai hal-hal yang berhubungan dengan gambaran lembaga amil zakat daerah tauhid peduli.

### 3. Sumber Data

#### a. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik yang dilakukan oleh subjek yang dipercaya penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Data yang langsung diperoleh dari subjek penelitian yaitu Direktur Daerah Tauhid, muzakki di Teluk Betung Bandar Lampung. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh teknik wawancara dan dokumentasi.

#### b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari pendekatan normatif dan filosofi yaitu dengan mengutip ayat-ayat suci Al-Qur'an, hadits-hadits, buku-buku dan blog-blog yang ada kaitannya dengan judul skripsi serta mengemukakan pendapat para ahli.

### 4. Analisis Data

Analisa data adalah proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, mengenai materi-materi tersebut, dan untuk memungkinkan anda menyajikan apa yang sudah anda temukan kepada orang lain.<sup>21</sup> Dalam hal ini penulis menggunakan analisa kualitatif, artinya bahwa data yang terkumpul tersebut kemudian digambarkan dengan kata-kata, dipisahkan menurut pola berfikir induktif, yaitu melihat fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa secara khusus kemudian digeneralisasikan bersifat umum<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 85

<sup>22</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Jakarta: Adi Offset, 1991), h. 162

## 5. Populasi

Populasi adalah bukan hanya orang, tetapi juga objek atau benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan hanya jumlah yang ada pada objek-objek yang di pelajari. Tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang di miliki oleh subjek atau objek itu.<sup>23</sup> Keseluruhan objek penelitian dari pengertian populasi yang telah diuraikan maka dapat dipahami bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan responden yang diwakili oleh beberapa sampel dalam penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 2 orang pengurus dan 7 muzakki Daarut Tauhid Lampung.

## 6. Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karna keterbatasan dana tenaga dan waktu.<sup>24</sup> Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Nonprobability sampling artinya teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Untuk lebih jelasnya penulis menggunakan jenis sampling jenuh yaitu teknik penentu sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 30 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada rumah asuh as-sakinah yaitu sebanyak 9 orang, dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel.

## H. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membagi atas beberapa bab. Pada tiap-tiap bab dibagi atas beberapa sub, yang mana isinya antara yang satu dengan yang lain saling berkaitan, dengan maksud agar mudah untuk dipahami.

---

<sup>23</sup> Ibid h.80

<sup>24</sup> Ibid h.81

Adapun sistematika pembahasan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

## **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

## **BAB II. KERANGKA TEORETIK**

Bab ini akan membahas tentang kajian pustaka dan kajian teoretik yang relevan dan terkait dengan judul skripsi yang peneliti ambil.

## **BAB III. GAMBARAN UMUM**

Bab ini memuat uraian tentang gambaran umum objek penelitian.

## **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat uraian tentang hasil penelitian, klasifikasi bahasan disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau fokus penelitiannya.

## **BAB V. PENUTUP**

Bab terakhir berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Saran berisi uraian mengenai langkah apa yang diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.



## BAB II

### STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH LEMBAGA AMIL ZAKAT DAN KEPERCAYAAN MUZZAKI

#### A. Komunikasi Dakwah

##### 1. Pengertian Komunikasi Dakwah

Komunikasi Dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun non-verbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.<sup>25</sup>

Sedangkan menurut Samsul Munir Amir mendefinisikan komunikasi dakwah adalah "Suatu bentuk Komunikasi yang khas dimana seseorang Ustadz menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan sunnah, dengan tujuan agar orang lain (komunikan) dapat berbuat amal sholeh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan tersebut".<sup>26</sup>

Adapun yang dimaksud Komunikasi Dakwah di sini adalah yaitu tipe atau bentuk gambaran, dalam menyampaikan pesan Islam pada proses komunikasi yang bertujuan beramar ma'ruf nahi munkar dalam mempengaruhi individu maupun kelompok, tanpa paksaan agar dapat mempraktekannya pada kehidupan sehari-hari atau segala kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Ustadz di Pondok Pesantren Darul Ulum kepada santri di dalam segala kegiatan baik komunikasi verbal maupun nonverbal, yang memiliki nilai-nilai agama Islam (akidah) dalam membentuk santri yang berkarakter (kepribadian) mandiri dan disiplin.

---

<sup>25</sup> Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), Cet. Ke-1, h. 26

<sup>26</sup> Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Paragonatama Jaya, 2013), Cet. Ke-2, h. 153

## 2. Metode-Metode Komunikasi Dakwah

Dalam Metode-metode komunikasi dakwah di dalam Al-Qur'an yaitu Surat An-Nahl Ayat 125, Allah SWT berfirman:

Artinya:

“Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan jalan yang baik sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (Qs. An-Nahl : 125)

Pada ayat tersebut terdapat metode dakwah yang akurat. Kerangka dasar tentang metode dakwah yang terdapat pada ayat tersebut adalah Bi Al-Hikmah, Mau'izhah Hasanah, dan Mujadalah.

### a. Bi Al-Hikmah

Kata hikmah sering kali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak objek dakwah mampu melaksanakan apa yang didakwahkan atas kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, konflik, maupun rasa tertekan.<sup>27</sup>

Menurut Syaikh Nawawi Al-Bantani dalam Tafsir Al-Munir bahwa Al-Hikmah adalah Al-Hujjah Al-Qath'iyah Al-Mufidah li Al-., Aqid Al-Yaqiniyyah artinya Hikmah adalah dalil-dalil (argumentasi) yang qath'i dan berfaedah bagi kaidah-kaidah keyakinan.<sup>28</sup>

Menurut Sa'id Bin Ali Bin Wakif Al-Qahthani, bahwa Al-Hikmah mempunyai arti sebagai berikut:

- 1) Secara Bahasa yaitu adil, ilmu, sabar, memperbaiki, pengetahuan.

<sup>27</sup> Samsul Munir Amin, Op. Cit., h. 98

<sup>28</sup> Ibid h.98



- 2) Secara Istilah yaitu valid, mengetahui yang benar dan mengamalkannya, meletakkan sesuatu pada tempatnya, menjawab dengan tegas dan tepat.<sup>29</sup>

Dengan demikian penulis dapat mengetahui bahwa hikmah adalah mengajak manusia menuju jalan Allah dengan menggunakan perkataan, memberi semangat, sabar, ramah, lapang dada dan menempatkan sesuatu pada tempatnya.

### **b. Mau'izhah Hasanah**

Mau'izhah Hasanah atau nasihat yang baik merupakan memberikan nasihat kepada orang lain dengan cara yang baik, yaitu petunjuk-petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan di hati, menyentuh perasaan, lurus dipikiran, menghindari sikap kasar, dan tidak mencari atau menyebut kesalahan audiens sehingga pihak objek dakwah dengan rela hati atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh subjek dakwah.<sup>30</sup>

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa seorang da'i sebagai subjek dakwah harus mampu menyesuaikan dan dapat mengarahkan mad'u atau objek dakwahnya sesuai dengan pesan dakwah yang disampaikan dan sesuai dengan ruang lingkup pengalaman dari mad'u agar tujuan dari dakwahnya tercapai sebagai ikhtiar untuk mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

### **c. Mujadalah**

Mujadalah merupakan cara terakhir yang digunakan untuk berdakwah manakala dua cara terakhir yang digunakan untuk orang-orang yang taraf berfikirnya cukup maju dan kritis seperti ahli kitab yang memang telah memiliki bekal keagamaan dari para utusan sebelumnya.<sup>31</sup>

Apabila ditinjau dari sudut pandang yang lain, metode komunikasi dakwah dapat dilakukan pada berbagai metode

---

<sup>29</sup> Ibid h.99

<sup>30</sup> Ibid h.99-100

<sup>31</sup> Ibid h.100

yang lazim dilakukan dalam pelaksanaan dakwah. Metode tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

a. Metode Ceramah

Dzikron Abdullah dalam buku *Metodologi Dakwah* mendefinisikan metode ceramah adalah sebagai metode yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, dan penjelasan tentang sesuatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan.<sup>32</sup>

Metode ceramah ini menurut penulis juga harus diimbangi dengan retorika, dan faktor-faktor lain yang akan membuat pendengar atau mad'u itu merasa simpatik dengan ceramahnya.

b. Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab sebagai salah satu metode yang cukup dipandang efektif apabila ditempatkan dalam usaha dakwah, karena objek dakwah dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang belum dikuasai oleh mad'u sehingga akan terjadi hubungan timbal balik antara subjek dakwah dengan objek dakwah.<sup>33</sup>

c. Metode Diskusi

A Kadir Munsyi dalam bukunya yang berjudul *Metode Diskusi dalam Dakwah* menjelaskan bahwa diskusi sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat dan sebagainya) antara sejumlah orang secara lisan membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan dengan teratur dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran.<sup>34</sup>

d. Metode Propaganda (Di"ayah)

Metode ini dapat digunakan sebagai salah satu metode dakwah karena dapat untuk menarik perhatian dan simpatik masyarakat. Pelaksanaan dakwah dengan metode propaganda dapat digunakan melalui berbagai macam media, baik auditif, visual maupun audio visual. Usaha tersebut dalam rangka

---

<sup>32</sup> Ibid h.101

<sup>33</sup> Ibid h.102

<sup>34</sup> Ibid h.102

menggerakkan emosi orang agar mereka mencintai, memeluk, membela dan memperjuangkan agama Islam dalam masyarakat.

<sup>35</sup>

#### e. Metode Keteladanan

Menurut Dzikron Abdullah dalam bukunya Metodologi Dakwah mendefinisikan dakwah dengan menggunakan metode keteladanan atau demonstrasi berarti suatu cara menyajikan dakwah dengan memberikan keteladanan langsung sehingga mad'u akan tertarik untuk mengikuti kepada apa yang dicontohkannya.<sup>36</sup> Sehingga menurut penulis metode dakwah keteladanan ini dapat dicontohkan dengan hal-hal sehari-hari terkait akhlak, cara bergaul, ibadah, berumah tangga dan lain-lain. Bahkan Nabi pun dalam kehidupannya merupakan teladan bagi setiap manusia.

#### f. Metode Drama

Dakwah dengan menggunakan metode drama dapat dipentaskan untuk menggambarkan kehidupan sosial menurut tuntunan Islam dalam suatu lakon dengan bentuk pertunjukan yang bersifat hiburan.<sup>37</sup> Sekarang sudah banyak dilakukan dakwah dengan metode drama melalui media film, radio, televisi, teater dan lain-lain.

#### g. Metode Silaturahmi (Home Visit)

Dakwah dengan menggunakan metode home visit dapat dilakukan dengan berkunjung ke rumah mad'u atau melalui silaturahmi, menengok orang sakit, ta'ziah, dan lain-lain. Dengan cara seperti ini, manfaatnya cukup besar dalam rangka mencapai tujuan dakwah karena terjun langsung ke kediaman mad'u sehingga da'i dapat memahami dan membantu meringankan beban moral mad'u.<sup>38</sup> Berbagai metode yang telah disebutkan diatas sehingga penulis dapat menggambarkan metode-metode komunikasi dakwah yaitu bertujuan untuk

---

<sup>35</sup> Ibid h.103

<sup>36</sup> Ibid h.103

<sup>37</sup> Ibid h.104

<sup>38</sup> Ibid h. 105

menyebarkan, mengetahui, menggambarkan proses, unsur, dari kegiatan dakwah yang dilakukan secara sistematis dan terinci sehingga dapat mempengaruhi objek untuk kembali kepada ajaran agama Islam dan memperbaiki akhlak kehidupan melalui komunikasi dakwah yang baik.

### 3. Fungsi-Fungsi Komunikasi Dakwah

#### a. Fungsi Sosial

Fungsi sosial ini setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindari dari ketegangan dan tekanan, antara lain dengan komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.<sup>39</sup>

#### b. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi Ekspresif sangat erat hubungannya dengan komunikasi sosial, komunikasi ekspresif dapat dilakukan sendiri atau pun kelompok. Komunikasi ini tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan itu terutama di komunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, kasih sayang, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci, dapat di sampaikan lewat kata-kata, namun terutama lewat perilaku nonverbal. Seorang ibu membelai kepala anaknya ini menunjukkan kasih sayang seorang ibu kepada anaknya.<sup>40</sup>

#### c. Fungsi Ritual

Komunikasi ritual ini menjadi suatu kebiasaan yang dilakukan setiap tahun maupun sepanjang tahun yang gunanya

---

<sup>39</sup> Deddy Mulyana, Op. Cit., h. 5

<sup>40</sup> Ibid h.21

untuk mengekspresif kegiatan yang mencerminkan sebagai simbolik misalnya seperti: upacara, Sunatan, upacara ulang tahun, pertunangan, dan perayaan hari raya lebaran.<sup>41</sup>

#### d. Fungsi Instrument

Komunikasi instrument ini mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, keyakinan, mengubah perilaku, menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur. Bila di ringkas, maka semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif).

Komunikasi yang bersifat memberitahukan dan menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasive dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang di sampaikan akurat dan layak untuk di ketahui. Misalkan seorang dosen mengatakan ruangan ini kotor, ini menunjukkan untuk mengajak mahasiswa untuk membersihkan ruangan kuliah tersebut. Bahkan komunikasi menghibur (to entertain) pun secara tidak langsung untuk membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.<sup>42</sup>

### 4. Unsur-Unsur Komunikasi Dakwah

Di dalam setiap kegiatan komunikasi dakwah, terdapat unsur-unsur komunikasi dakwah sebagai komponen-komponen untuk melangsungkan proses komunikasi dakwah tersebut. Sehingga, komunikasi dakwah memerlukan beberapa unsur di bawah ini agar proses komunikasi dakwah dapat berjalan lancar.

#### a. Komunikator

Komunikator ini disebut juga pendakwah. Dalam Islam disebut sebagai D'ai, dalam nasrani disebut pendakwah atau Pastur. Selain Da'i atau Pendakwah, mereka juga menyebutnya sebagai Pengkotbah. Tugas komunikator ini adalah

---

<sup>41</sup> Ibid h.25

<sup>42</sup> Ibid h.30

menyampaikan suatu informasi atau kajian mengenai agama untuk para komunikan.

b. Referensi

Referensi atau sumber ini merupakan acuan para pendakwah untuk menyampaikan suatu informasi kepada komunikan. hal ini diperlukan agar pendakwah menyampaikan informasi tidak di luar kaidah atau hakikat sebenarnya. (Baca juga: Komunikasi Pertanian)

c. Pesan

Pesan inilah yang merupakan sesuatu yang diterima oleh komunikan dari pendakwah. Pesan ini harus berdasarkan sumber referensi yang terpercaya dan akurat agar tidak sesat isi dari pesan tersebut.

d. Komunikan

Istilah komunikan sebagai penerima pesan dakwah ini biasanya disebut sebagai Jema'at atau Jama'ah. Jama'ah menerima pesan yang terpercaya dari seorang pendakwah, sehingga mulai memahami apa yang belum mereka pahami sebelumnya.

e. Dampak

Di dalam komunikasi dakwah, biasanya terdapat pengajuan pertanyaan oleh Jama'ah kepada Pendakwah. Namun, ada juga yang tidak menerapkan hal ini. Dampak ini merupakan feedback dari pesan yang diterima oleh Jama'ah. Apakah pesan itu masuk dan memberikan dampak positif atau negatif. Komunikasi dakwah haruslah memberikan dampak yang positif sebagai media agama menyebarkan ajaran-ajarannya.

## B. Strategi Komunikasi

### 1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai

tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasional secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.<sup>43</sup>

Strategi komunikasi merupakan elaborasi atau pendalaman terhadap komponen-komponen komunikasi dalam rangka interaksinya satu sama lain. Berkaitan dengan hal tersebut, maka unsur-unsur strategi komunikasi terdiri dari komunikator, pesan, channel/media, komunikan dan efek.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton ( 1980 ) membuat definisi dengan menyatakan :

*Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal .*<sup>44</sup>

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di pihak lain, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Dengan demikian, yang dimaksud dengan makna dari suatu strategi komunikasi akan berhadapan dengan kenyataan tentang apa dan bagaimana semua aktivitas yang dilakukan mampu efektif dalam mewujudkan ide, pemikiran, dan cara-cara yang sebelumnya diketahui dan dipahami oleh para pelaku komunikasi.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Onong Uchana Effendy, , *Ilmu Komunikasi Toeri dan praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1994), h. 32

<sup>44</sup> Hafied Cangara, *Edisi Revisi Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), h. 64.

<sup>45</sup> Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*, (Bandung: Rosda, 2018), h. 4-6.

Quinn dan Mintzberg (1991:23) berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal, yaitu :

- a) *Strategy as a plan*. Strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
- b) *Strategy as a pattern*. Strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
- c) *Strategy as a position*. Strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan atau mengalokasikan sesuatu pada posisi yang tepat.
- d) *Strategy as a perspective*. Strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan visi dan budaya organisasi.
- e) *Strategy as a play*. Strategi merupakan cara bermain atau manuver spesifik yang dilakukan organisasi dengan tujuan untuk mengalahkan rival atau kompetitor.<sup>46</sup>

Strategi komunikasi erat sekali dengan organisasi komunikasi. Strategi komunikasi lebih kepada bentuk dari sejumlah langkah strategis yang diambil oleh sebuah organisasi sehingga semua aktivitas komunikasinya mampu mencapai sasaran secara efektif. Sifat strategi komunikasi pada dasarnya melekat pada semua pelaku komunikasi, tetapi awalnya didahului oleh sebuah pemikiran strategis yang dimiliki oleh para pimpinan dari sebuah organisasi tertentu.<sup>47</sup>

Aspek komunikasi juga menjadi hal vital dalam proses strategi yang dihubungkan dengan model komunikasi dasar

---

<sup>46</sup> *Ibid*, h. 10.

<sup>47</sup> *Ibid*, h. 11.



menurut Harold Laswell : *who says what in which channel to whom with what effect.*<sup>48</sup>

Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi<sup>49</sup> menyebutkan proses strategi komunikasi terbagi atas :

a) Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sarana komunikasi kita. Komunikasi dalam hal ini dimaksudkan dalam *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.

b) Pemilihan media komunikasi

Mencapai sasaran komunikasi dapat dilakukan dengan memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang digunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

c) Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang (symbol). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa bermacam-macam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, kias (*gesture*) dan sebagainya.

---

<sup>48</sup> Desy Sylvia Indra Visnu dan MC Ninik Sri Rejeki, *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Kelompok Swadaya Wanita Di Yayasan Sosial Bina Sejahtera Cilacap)*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2014), h. 3-4.

<sup>49</sup> *Ibid*, h. 35

d) Peranan komunikator dalam komunikasi

Faktor penting dalam diri komunikator bila ia menyampaikan komunikasi, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

**a. Penetapan Strategi Dalam Perencanaan Komunikasi**

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi, yakni *who says what in which channel to whom with what effect*. Karena itu strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a) Memilih dan Menetapkan Komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas.

Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni; (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*), (2) daya tarik (*atraktif*), (3) kekuatan (*power*).

b) Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak

Masyarakat sebagai makhluk sosial, sangat peka dengan hal-hal yang bersifat persuasi, propaganda, agitasi dan perang urat syaraf. Hal ini disebabkan karena manusia memiliki kebebasan untuk memilih yang terbaik menurut pikiran dan pengalamannya.

Di dalam masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program. Kelompok itu adalah :

- 1) Kelompok yang memberi izin, yaitu suatu lembaga atau badan yang membuat peraturan dan memberi izin sebelum suatu program disebarluaskan.
- 2) Kelompok pendukung, ialah kelompok yang mendukung dan setuju pada program yang akan dilaksanakan.
- 3) Kelompok oposisi, ialah mereka yang menantang atau bertentangan dengan ide perubahan yang ingin dilakukan
- 4) Kelompok evaluasi, ialah mereka yang terdiri dari orang-orang yang mengkritisi dan memonitor jalannya suatu program.<sup>50</sup>

## 2. Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut Wayne Pace, Brent D, Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* (Uchjana,2002: 32), tujuan strategi komunikasi adalah:

- a) *To secure understanding.*

Strategi komunikasi bertujuan untuk memastikan terciptanya saling pengertian dalam berkomunikasi dan untuk memberikan pengaruh kepada komunikan melalui pesan-pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi.

- b) *To establish acceptance.*

Strategi komunikasi disusun agar saling pengertian dan penerimaan tersebut terus dibina dengan baik.

---

<sup>50</sup> *Ibid*, h. 133-142.

c) *To motive action.*

Strategi komunikasi memberikan dorongan, memotivasi perilaku atau aksi. Komunikasi selalu memberi pengertian yang diharapkan dapat memengaruhi atau mengubah perilaku komunikan agar sesuai dengan keinginan komunikator.

d) *To reach the goals which the communicator sought to achieve.*

Strategi komunikasi memberikan gambaran cara bagaimana mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.<sup>51</sup>

Sedangkan menurut Liliweri,<sup>52</sup> yaitu:

a) Memberitahu (*Announcing*)

Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik perhatian sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan.

b) Memotivasi (*Motivating*)

Seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.

c) Mendidik (*Educating*)

Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.

---

<sup>51</sup> Desy Sylvia Indra Visnu dan MC Ninik Sri Rejeki, *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Kelompok Swadaya Wanita Di Yayasan Sosial Bina Sejahtera Cilacap)*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2014), h. 5.

<sup>52</sup> Alo Liliweri. 2011. *Komunikasi serba ada serba makna*. Bandung, Kencana, hlm 248.

d) Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.

e) Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator.

### C. Pengertian Badan Amil zakat

Kata amil berasal dari kata „amal yang biasa diterjemahkan dengan “yang mengerjakan atau pelaksanaan”. Amil zakat adalah petugas yang ditunjuk oleh pemerintahan atau masyarakat untuk mengumpulkan zakat, menyimpan, dan kemudian membagi-bagikan kepada yang berhak menerimanya (mustahik).<sup>53</sup>

Muhammadiyah Ja“far memberi pengertian yang lebih singkat lagi yaitu orang-orang yang ditugaskan untuk mengumpulkan zakat dari orang-orang yang berzakat, dan membagikannya kepada orang-orang yang berhak.<sup>54</sup>

Amil zakat adalah mereka yang terlibat dalam organisasi pengumpulan zakat, mulai dari para pengumpul zakat, pembagian, distributor, penjaga, akuntan, dan sebagian yang mungkin ditunjuk untuk membantu pengumpulan, penyimpanan, distributor, dan administrasi zakat.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> <http://www.suduthukum.com/2015/07/amil-zakat.html> diakses pada 05 Juli 2020

<sup>54</sup> Muhammadiyah ja“far, *Tuntunan Ibadah Zakat, Puasa dan Haji*, (Jakarta: Kalam Mulia, Cet.ke-6,2003), h.71.

<sup>55</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Premadamedia Groub, 2015 ,h.268-269

Sedangkan Ahmad Azhari Basyir mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan amil zakat adalah:

1. Orang yang bekerja untuk memungut zakat dari para wajib zakat.
2. Orang yang membukukan hasil pemungutan zakat.
3. Orang yang menyimpan harta zakat.
4. Orang yang membagikan kepada orang yang berhak menerimanya.

Sedang menurut Undang-Undang No. 23 tahun 2011: Lembaga Amil Zakat yang selanjutnya disingkat LAZ adalah lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian, dan pemberdayagunaan zakat.<sup>56</sup> Pada dasarnya lembaga amil zakat yang dibentuk oleh masyarakat yang bertugas mengumpulkan zakat dari muzaki, mendistribusikan zakat kepada mustahik dan memperdayagunakan zakat harus sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku.

### **1. Peranan Badan Amil Zakat**

Pada garis besarnya, para amil dapat dikategorikan menjadi dua kelompok besar yaitu: para pengumpul dan para pembagi. Para pengumpul bertugas mengamati dan menetapkan para muzakki, menetapkan jenis-jenis harta mereka yang wajib dizakati, dan menyimpannya untuk diserahkan kepada para petugas yang membagikan apa yang telah mereka kumpulkan itu. Disini para pengumpul sangat memerlukan pengetahuan tentang hukum-hukum zakat, misalnya hal-hal yang berkaitan dengan jenis harta, kadar nisab, haul, dan sebagainya. Amil adalah mereka yang melaksanakan segala kegiatan urusan zakat, dimana Allah menyediakan upah bagi mereka dari harta zakat sebagai imbalan. Tugas amil zakat dalam mendistribusikan dan mendayagunakan zakat bukan sekedar mambagi-bagikan uang kepada orang-orang miskin, melainkan juga dalam rangka membina, mendorong, dan

---

<sup>56</sup> Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat pasal 1.

mengarahkan mereka agar bisa mandiri dan terbebas dari kemiskinan.<sup>57</sup>

Salah satu tugas penting lain dari lembaga pengelolaan zakat adalah melakukan sosialisasi tentang zakat kepada masyarakat secara terus menerus dan berkesinambungan, melalui berbagai forum dan media seperti khutbah jum'at, majelis ta'lim. Dengan sosialisasi yang baik dan optimal, diharapkan masyarakat muzakki akan semakin sadar untuk membayar zakat melalui lembaga zakat yang kuat, amanah dan terpercaya.

## 2. Pengertian Zakat

Zakat menurut bahasa, berarti nama' = kesuburan, thaharah = kesucian, barakah = keberkatan dan berarti juga tazkiyah, tathhieh = mensucikan. Syara' memakai kata tersebut untuk kedua arti ini. Pertama, dengan zakat, diharapkan akan mendatangkan kesuburanpahala. Karenanya dinamakanlah "harta yang dikeluarkan itu", dengan zakat. Kedua, zakat itu merupakan suatu keyakinan jiwa suci dari kikir dan dosa. Al Imam An Nawawi mengatakan, bahwa zakat mengandung makna kesuburan.<sup>58</sup> Kata zakat dipakai untuk dua arti : Dari segi istilah fiqh, zakat berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah yang diserahkan kepada orang-orang yang berhak.<sup>59</sup> Menurut hukum Islam (istilah syara'), zakat adalah nama bagi suatu pengambilan tertentu dari harta yang tertentu, menurut sifat-sifat yang tertentu dan untuk diberikan kepada golongan tertentu (Al Mawardi dalam kitab Al Hawiy). Selain itu, ada istilah sedekah dan infaq, sebagian ulama fiqh, mengatakan bahwa sedekah wajib dinamakan zakat, sedangkan sedekah sunnah dinamakan infaq. Sebagian lain mengatakan infaq wajib dinamakan zakat, sedangkan infaq sunnah dinamakan sedekah.<sup>60</sup> Mazhab Maliki

---

<sup>57</sup> Abu Arkan Kamil Ataya, *Antara Zakat, Infaq, dan Shadaqah*, (Bandung: Angkasa, 2013) h.51-52

<sup>58</sup> Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddieqy, *Pedoman Zakat* (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 1999), Cet. Ke-3, edisi Ke-2, h. 3.

<sup>59</sup> Lihat Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat*, 1996, h. 34-35.

<sup>60</sup> Lili Bariadi dkk, *Zakat & Wirausaha* (Jakarta: CED (Centre for Entrepreneurship Development), 1999), Cet. Ke-1, h. 4.

mendefinisikan zakat dengan mengeluarkan sebagian dari harta yang khusus yang telah mencapai nishab (bataskuantitas minimal yang mewajibkan zakat) kepada orang-orang yang berhak menerimanya.<sup>61</sup>

Mazhab Hanafi mendefinisikan zakat dengan menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus, yang ditentukan oleh syariat karena Allah.<sup>62</sup> Menurut mazhab Syafi'i zakat adalah sebuah ungkapan keluarnya harta atau tubuh sesuai dengan cara khusus. Sedangkan menurut mazhab Hambali, zakat ialah hak yang wajib dikeluarkan dari harta yang khusus untuk kelompok yang khusus pula, yaitu kelompok yang diisyaratkan dalam al-Qur'an.<sup>63</sup>

Para pemikir ekonomi Islam kontemporer mendefinisikan zakat sebagai harta yang telah ditetapkan oleh pemerintah atau pejabat berwenang, kepada masyarakat umum atau individu yang bersifat mengikat dan final, tanpa mendapat imbalan tertentu yang dilakukan pemerintah sesuai dengan kemampuan pemilik harta, yang dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan delapan golongan yang telah ditentukan oleh al-Qur'an serta untuk memenuhi tuntutan politik bagi keuangan Islam.<sup>64</sup> Zakat adalah pengeluaran sejumlah harta yang telah ditentukan waktunya, nishabnya serta diberikan kepada yang berhak menerimanya.

Dengan zakat berarti seseorang telah membersihkan harta yang dimilikinya menjadi bersih dan suci sehingga baik untuk dimilikinya. Karena dalam harta yang kita miliki terhadap hak orang fakir miskin dan sebagainya.

---

<sup>61</sup>Wahbah Zuhayliy, Zakat Kajian Beberapa Mazhab (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 83.

<sup>62</sup>Ibid., h. 84.

<sup>63</sup>Nuruddin Mhd Ali, Zakat Sebagai Instrumen Dalam Kebijakan Fiskal (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 6.

<sup>64</sup>Gazi Inayah, Teori Komprehensif tentang Zakat dan Pajak (Yogyakarta: Tiara, 2003),h.3.



Orang-orang yang berhak menerima zakat

#### 1. Fakir

Fakir ialah orang-orang yang memiliki harta namun sangat sedikit. Orang-orang ini tak memiliki penghasilan sehingga jarang bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan baik.

#### 2. Miskin

Di atas fakir, ada orang-orang yang disebut miskin. Mereka adalah orang-orang yang memiliki harta namun juga sangat sedikit. Penghasilannya sehari-hari hanya cukup untuk memenuhi makan, minum dan tak lebih dari itu.

#### 3. Amil

Mereka adalah orang-orang yang mengurus zakat mulai dari penerimaan zakat hingga menyalurkannya kepada orang yang membutuhkan.

#### 4. Mu'allaf

Orang yang baru masuk Islam atau mu'allaf juga menjadi golongan yang berhak menerima zakat. Ini bertujuan agar orang-orang semakin mantap meyakini Islam sebagai agamanya, Allah sebagai tuhan dan Muhammad sebagai rasulNya.

#### 5. Riqab / Memerdekakan Budak

Di zaman dahulu, banyak orang yang dijadikan budak oleh saudagar-saudagar kaya. Inilah, zakat digunakan untuk membayar atau menebus para budak agar mereka dimerdekakan. Orang-orang yang memerdekakan budak juga berhak menerima zakat.

#### 6. Gharim (Orang yang Memiliki Hutang)

Gharim merupakan orang yang memiliki hutang. Orang yang memiliki hutang berhak menerima zakat. Namun, orang-orang yang berhutang untuk kepentingan maksiat seperti judi dan berhutang demi memulai bisnis lalu bangkrut, hak mereka untuk mendapat zakat akan gugur.

## 7. Fi Sabilillah

Yang dimaksud dengan sabilillah adalah segala sesuatu yang bertujuan untuk kepentingan di jalan Allah. Misal, pengembang pendidikan, dakwah, kesehatan, panti asuhan, madrasah diniyah dan masih banyak lagi.

## 8. Ibnu Sabil

Ibnu Sabil disebut juga sebagai musaffir atau orang-orang yang sedang melakukan perjalanan jauh termasuk pekerja dan pelajar di tanah perantauan.

## D. Muzzaki

### 1. Pengertian Muzzaki

Muzzaki adalah orang atau badan yang dimiliki oleh orang muslim yang berkewajiban menunaikan zakat menurut UU No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, yang bunyinya muzzaki seroarang muslim atau badan usaha yang berkewajiban menunaikan zakat.<sup>65</sup> Terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam masalah kewajiban zakat. Syarat tersebut antara lain berhubungan dengan muzzaki dan dapat berkaitan dengan harta. Syarat – syarat tersebut antara lain:<sup>66</sup>

### 2. Syarat-Syarat Menjadi Muzzaki

#### a. Mukmin dan Muslim

Zakat merupakan salah satu dari rukun islam. Oleh karena itu hanya diwajibkan kepada orang mukmin dan muslim, tidak wajib zakat atas harta orang non muslim.

#### b. Baligh dan Berakal

Anak – anak yang belum baligh dan orang – orang yang tidak waras akalnya tidak wajib zakat baginya dan kewajiban

---

<sup>65</sup> Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 8

<sup>66</sup> Elsi Kartika, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: Grasindo, 2006), h. 20 - 21

hartanya dibebankan kepada walinya atau orang yang mengurus hartanya itu, seperti anak yatim yang telah mempunyai harta dan telah memenuhi syarat untuk dikeluarkan zakatnya.

c. Merdeka

Orang yang wajib mengeluarkan zakat yakni orang yang merdeka bukan budak.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap berbagai berbagai buku, literatur, catatan serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran dalam penyusunan kerangka pemikiran dengan harapan hasil penelitian dapat tersaji secara akurat dan mudah dipahami. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti. Dari beberapa literatur atau skripsi yang penulis temukan, terdapat beberapa skripsi yang topiknya sama, namun terdapat persamaan dan perbedaan dari sisi pembahasannya, adapun judul skripsi tersebut antara lain:

1. Strategi komunikasi lembaga amil zakat nasional dalam pemberdayaan masyarakat miskin di kecamatan rapocini kota makasar yang diteliti oleh Hasriandi (50700113024) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Alauddin Makassar 2017. Dalam skripsi ini membahas tentang upaya yang dilakukan lembaga amil zakat untuk menurunkan angka kemiskinan di kota makasar tepatnya di kecamatan rappocini.

2. Strategi komunikasi Al Zahra Pedili Umat Dalam Meningkatkan Jumlah Penerima Dana Zis yang di teliti oleh Miftha Husshoeh (106051001843) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2011. Dalam skripsi ini membahas tentang komunikasi lembaga zakat dalam membangun kepercayaan muzakki.
3. Strategi foundrasing dalam meningkatkan muzakki pada lembaga amil zakat infaq, shodaqoh, nahdatul ulama lampung yang diteliti oleh Suci Novela (1441030170) Mahasiswa fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi UIN Radin Intan Lmpung 2018. Dalam skripsi ini membahas tentang strategi foundrising lembaga zakat dalam meningkatkan muzakki.

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, pada skripsi pertama dan kedua memiliki kesamaan fokus penelitian yakni kepada strategi komunikasi , sedangkan pada skripsi ketiga memuat tentang strategi foundrising upaya lembaga dalam meningkatkan muzakki. Hal ini lah yang menjadi acuan sekaligus pembeda antara skripsi ini dengan skripsi sebelumnya, dimana skripsi ini memuat penelitian tentang prnerapan dan strategi komunikasi lembaga amil zakat darut tauhid dalam membangun kepercayaan muzakki.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Lembaga Darut Tauhid adalah sebuah lembaga amil zakat dan merupakan lembaga nirlaba yang bergerak di bidang penghimpunan (fundraising) dan pendayagunaan dana zakat, Infaq, shadaqah dan wakaf (ziswa). Didirikan 16 Juni 1999 Oleh KH Abdullah Gymnastiar sebagai bagian dari Yayasan Daarut Tauhiid dengan tekad menjadi LAZ yang Amanah, Profesional dan Jujur berlandaskan pada Ukhuwah Islamiyah.

Lembaga Daarut Tauhid Lampung, adalah lembaga yang berkiprah dalam organisasi Islam yang mengelola dana ZIS dengan amanah dan tepat dayaguna. Dan dari uraian-uraian sebelumnya yang telah di bahas maka penulis menarik kesimpulan secara umum dari pembahasan yaitu:

Lembaga Amil Zakat Darut Tauhid Lampung menggunakan 2 strategi dan setiap strategi memiliki strategi di antaraya tidak langsung berupa iklan, instagram, facebook, dan sosial media lainya. adapun strategi langsung berupa penyelengaran event, menjalin kerjasama dengan majelis taklim, dan layanan jemput zakat.

#### **B. Saran**

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa/i yang melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

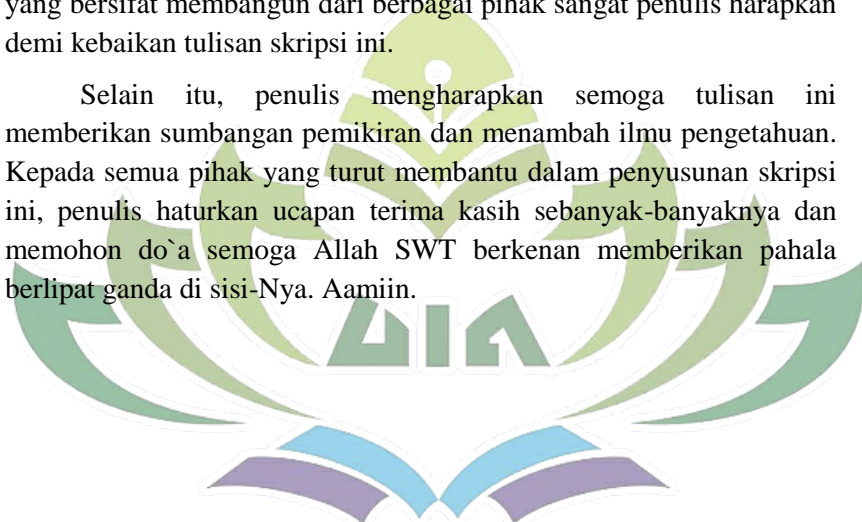
Kepada mahasiswa/i Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, diharapkan dengan ilmu yang telah didapat khususnya di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dapat membuat karya yang bisa menumbuhkan kecintaan masyarakat

terhadap Islam, dan memnfaatkan dunia media sebagai sarana komunikasi dakwah serta kritik sosial.

### **C. Penutup**

Alhamdulillah, puji dan rasa syukur penulis curahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan jasmani maupun rohani sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari yangdiharapkan, namun penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar dapat tercapai tujuan yang sebaik-baiknya. Oleh karena itu, kritik dan saran serta bimbingan yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi kebaikan tulisan skripsi ini.

Selain itu, penulis mengharapkan semoga tulisan ini memberikan sumbangan pemikiran dan menambah ilmu pengetahuan. Kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis haturkan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya dan memohon do`a semoga Allah SWT berkenan memberikan pahala berlipat ganda di sisi-Nya. Aamiin.



## DAFTAR PUSTAKA

- 1KBBI, 2016. “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)” (On-line) tersedia di : <http://kbbi.web.id/pusat> (2 Februari 2020). Syaiful Rohim, Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), h. 9. Hafied Cangara, Perencanaan dan Strategi Komunikasi, (Jakarta: Rajawali Press, 2010).
- Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana Prenanda MediaGroup,2019).
- Yusuf Wibisono,Mengelola Zakat Indonesia,(Kencana:Prenadamedia 2015).
- M. Ali Hasan, Zakat dan Infak,( Jakarta: Kencana,2008).
- Majalah BAZNAZ edisi September Tahun 2016
- Noor Aflah , Arsitektur Zakat Indonesia, (Jakarta: penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), 2009
- Moh. Nadir, “Rakornas BAZNAS 2017” (On-line): <http://www.nasional.kompas.com/read/2017/10/04/21482321/gelar-rakornas-2017-baznas>, (23 Maret 2018)
- <https://dpu-daaruttauhiid.org/web/pages/profile/3> Undang-undang Zakat No. 23 Tahun 2011
- Irawan Soehartono, Metode Penelitian Sosial, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008).
- Kartini Kartono, Pengantar Metodologi Riset Sosialis, Cet. VII (Bandung: Mandar Maju, 1996)
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2013)
- Imam Suprayogo dan Tabroni, Metodologi Penelitian Sosial-Agama, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003)
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)

- Emzir, Metode Penelitian Kualitatif, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)
- Sutrisno Hadi, Metode Research, (Jakarta: Adi Offset, 1991)
- Arinda Firdianti, Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa, ( Yogyakarta : CV. GRE PUBLISHING, 2018)
- Mulyasa, Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan, ( Jakarta : PT Bumi Aksara, 2015 )
- Diding Rahmat, “Implementasi Kebijakan Program Bantuan Hukum Bagi Masyarakat Tidak Mampu Kabupaten Kuningan”. Jurnal unifikasi, ISSN 2354-5876 Vol. 04 Nomor 01 Januari 2017
- M. Echols dan Hasan Sadily, Kamus Inggris Indonesia, (Jakarta: Gramedia, 1982)
- Onong Uchana Effendy, , Ilmu Komunikasi Toeri dan praktek (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1994)
- Tommy Suprato,, Pengantar Ilmu Komunikasi , (Cet I;Yogyakarta: CAPS, 2011)
- M Sattu Alang, Muh. Anwar, Hakkar Jaya, Pengantar Ilmu Komunikasi (Makassar : CV. Berkah Utami)
- Prof. Dr. H. M Sattu Alang, MA, Drs. Muh. Anwar, M. Hum, Hakkar Jaya, S. Ag.,M. Pd,Pengantar Ilmu Komunikasi (Makassar : CV. Berkah Utami)
- Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta : Rajawali Pers, 2014)
- Samsul Arifin Amin, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Penerbit Amzah, 2009)
- AnwarArifin, Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2011), h. 6 Samsul Arifin Amin, Ilmu Dakwah....,
- <http://www.suduthukum.com/2015/07/amil-zakat.html> diakses pada 05 Juli 2020
- Muhammadiyah ja“far, Tuntunan Ibadah Zakat, Puasa dan Haji, (Jakarta: Kalam Mulia, Cet.ke-6,2003)



Mardani, Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia, (Jakarta: Premadamedia Groub, 2015)

Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat pasal 1.

Abu Arkan Kamil Ataya, Antara Zakat, Infaq, dan Shadaqah, (Bandung: Angkasa, 2013)

Teungku Muhammad Hasbi Ash Shiddieqy, Pedoman Zakat (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 1999), Cet. Ke-3, edisi Ke-2,

Lihat Yusuf Qardawi, Hukum Zakat, 1996,

Lili Bariadi dkk, Zakat & Wirausaha (Jakarta: CED (Centre for Entrepreneurship Development), 1999), Cet. Ke-1,

Wahbah Zuhayliy, Zakat Kajian Beberapa Mazhab (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000),

Nuruddin Mhd Ali, Zakat Sebagai Instrumen Dalam Kebijakan Fiskal (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006)

Gazi Inayah, Teori Komprehensif tentang Zakat dan Pajak (Yogyakarta: Tiara, 2003)

Yusuf Wibisono, Mengelola Zakat di Indonesia, (Jakarta: Kencana, 2015),

Elsi Kartika, Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf, (Jakarta: Grasindo, 2006),

Fabyan Andara P Wawancara Dengan Karyawan Bagian Media Daruut Tauhid Peduli Umat Cabang Lampung, Lampung 28 agustus 2020

N.Oneng Nurul Bariyah, Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, Strategi Penghimpunan Dana Sosial Ummat Pada Lembaga-Lembaga Fillantrofi Di Indonesia (Studi Kasus Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompot Dhuafa Republika, BAZNAS, dan BAZIS DKI Jakarta) Volume I, Nomor 1, Juni 2016.