



**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH LEMBAGA BADAN AMIL
ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) MENGAJAK MUZAKKI DI KABUPATEN
TANAH DATAR**

SKRIPSI

*Ditulis sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah*

ERIE KURNIAWAN
NIM: 2130302016

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025/1447 H**



**DA'WAH COMMUNICATION STRATEGY OF THE NATIONAL AMIL
ZAKAT AGENCY (BAZNAS) IN ENCOURAGING MUZAKKI IN TANAH
DATAR REGENCY**

THESIS

*Written as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Social Sciences (S.Sos) degree
Study Program of Islamic Communication and Broadcasting
Faculty of Ushuluddin Adab and Da'wah*

ERIE KURNIAWAN
NIM: 2130302016

**ISLAMIC COMMUNICATION AND BROADCASTING STUDY PROGRAM
FACULTY OF USHULUDDIN ADAB AND DAKWAH
STATE ISLAMIC UNIVERSITY MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025/1447 H**



استراتيجية الاتصال الدعوي لهيئة الزكاة الوطنية (بازناس) في دعوة المزمكين بمحافظة
تاناها داتار

أطروحة

تمت كتابته كمتطلب للحصول على درجة البكالوريوس في العلوم الاجتماعية
برنامج دراسة الاتصال والإعلام الإسلامي
كلية أصول الدين الأدب والدعوة

إيري كورنياوان
الرقم الجامعي: ٢٠١٦.٣٠.٢١٣

برنامج دراسة الاتصالات والإذاعة الإسلامية
كلية اوشولودين ادب و دعوه
الجامعة الإسلامية الحكومية محمود يونس
باتوسانغكار
هـ ١٤٤٧/٢٥/٢٠

ABSTRAK

Erie Kurniawan, NIM 2130302016. Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Mengajak *Muzakki* di Kabupaten Tanah Datar.

Pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Tanah Datar dalam mengajak *muzakki* agar menyalurkan zakat, infak, dan sedekah melalui lembaga tersebut. Hal ini dilatarbelakangi oleh kenyataan bahwa masih banyak masyarakat yang menyalurkan zakat secara langsung, serta munculnya banyak lembaga zakat lain yang menjadi alternatif penyaluran. Oleh karena itu, BAZNAS Tanah Datar perlu menyusun strategi dakwah yang tepat guna mempertahankan kepercayaan masyarakat dan meningkatkan partisipasi *muzakki*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap kegiatan dan strategi komunikasi yang diterapkan BAZNAS Tanah Datar. Fokus penelitian diarahkan pada dua strategi utama yaitu *persuasive strategy* dan *norma re-educative strategy*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Tanah Datar berhasil membangun komunikasi dakwah yang efektif dengan pendekatan langsung seperti ceramah, sosialisasi, diskusi, serta pendekatan tidak langsung melalui media sosial dan publikasi visual. Strategi ini ditunjang oleh program-program penyaluran zakat yang transparan, profesional, dan menyentuh langsung kebutuhan mustahik. Strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya meningkatkan jumlah *muzakki* dan total zakat yang dihimpun setiap tahun, tetapi juga memperkuat citra BAZNAS sebagai lembaga resmi yang amanah dan profesional.

Kata Kunci: Strategi, *Muzakki*, BAZNAS

ABSTRACT

Erie Kurniawan, NIM 2130302016. *Da'wah Communication Strategy of the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) in Encouraging Muzakki in Tanah Datar Regency.*

The main problem addressed in this study is how the National Zakat Agency (BAZNAS) of Tanah Datar Regency applies da'wah communication strategies to encourage *muzakki* to channel their zakat, infaq, and sadaqah through the institution. This issue arises from the fact that many people still distribute zakat directly, and there is a growing number of alternative zakat institutions. Therefore, BAZNAS Tanah Datar needs to develop appropriate da'wah strategies to maintain public trust and increase *muzakki* participation. This research is qualitative in nature using a descriptive method. Data collection techniques include in-depth interviews, direct observation, and documentation of the communication strategies and activities carried out by BAZNAS Tanah Datar. The study focuses on two main strategies: the persuasive strategy and the norm *re-educative* strategy.

The results indicate that BAZNAS Tanah Datar has successfully implemented effective da'wah communication through direct approaches such as public lectures, socialization efforts, and discussions, as well as indirect approaches through social media and visual publications. These strategies are supported by transparent, professional zakat distribution programs that directly address the needs of *mustahik*. The communication strategies not only increase the number of *muzakki* and the total amount of zakat collected annually but also strengthen BAZNAS's image as a trustworthy and professional official zakat institution.

Keywords: Strategy, *Muzakki*, BAZNAS

المخلص

إيريكورنياوان، الرقم الجامعي ٢٠١٦.٣٠٢.٣٠١٣ م. استراتيجية الاتصال الدعوي لهيئة الزكاة الوطنية (بازناس) في دعوة المزكين بمحافظة تاناها داتار. تكمن المشكلة الرئيسية في هذا البحث في كيفية تطبيق وكالة الزكاة الوطنية (بازناس) بمحافظة تاناها داتار لاستراتيجيات الاتصال الدعوي في دعوة المزكين إلى دفع الزكاة والإنفاق والصدقات عبر هذه المؤسسة. وتنبع هذه المشكلة من واقع أن العديد من الناس لا يزالون يوزعون زكاتهم مباشرة، بالإضافة إلى ظهور العديد من المؤسسات البديلة لجمع الزكاة. ولذلك، تحتاج بازناس تاناها داتار إلى تطوير استراتيجية دعوية مناسبة للحفاظ على ثقة المجتمع وزيادة مشاركة المزكين. هذا البحث هو بحث نوعي يستخدم المنهج الوصفي. تم جمع البيانات من خلال المقابلات المتعمقة، والملاحظة المباشرة، وتوثيق الأنشطة واستراتيجيات الاتصال التي تنفذها بازناس تاناها داتار. وقد ركز البحث على استراتيجيتين رئيسيتين هما: الاستراتيجية الإقناعية واستراتيجية إعادة التثقيف القيمي.

أظهرت نتائج البحث أن بازناس تاناها داتار نجحت في بناء تواصل دعوي فعال من خلال وسائل مباشرة مثل الخطب، والتوعية، والنقاشات، وكذلك من خلال وسائل غير مباشرة مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمنشورات البصرية. وقد دعمت هذه الاستراتيجيات ببرامج توزيع الزكاة الشفافة والمهنية التي تلبي احتياجات المستحقين مباشرة. لم تؤد هذه الاستراتيجيات إلى زيادة عدد المزكين وإجمالي حصيلة الزكاة سنويًا فحسب، بل عززت أيضًا صورة بازناس كمؤسسة رسمية موثوقة ومحترفة في إدارة الزكاة. الكلمات المفتاحية: استراتيجية، المزكون، بازناس

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Sub Fokus Penelitian	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat dan Luaran Penelitian	7
F. Defenisi Istilah.....	8
BAB II	9
KAJIAN TEORI	9
A. Dakwah.....	9
1. Pengertian Dakwah	9
2. Macam-macam Dakwah.....	11
3. Tujuan dan Fungsi Dakwah.....	12
4. Prinsip-prinsip Dakwah.....	16
5. Strategi Dakwah	17
B. Komunikasi.....	35
1. Pengertian Komunikasi	35
2. Syarat Komunikasi	37
3. Model Komunikasi.....	37
4. Proses Komunikasi.....	39
5. Fungsi Komunikasi	40
6. Teknik Komunikasi	42
C. Zakat.....	44
1. Pengertian Zakat.....	44
2. Jenis-jenis Zakat.....	46

3. Fungsi Zakat.....	50
4. Kedudukan Zakat	50
5. Tujuan Zakat	51
D. Penelitian Relevan	52
BAB III	54
METODE PENELITIAN	54
A. Jenis Penelitian	54
B. Latar dan Waktu Penelitian.....	54
C. Instrumen Penelitian	55
D. Sumber Data	55
E. Teknik Pengumpulan Data.....	56
F. Teknik Analisis Data	57
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data	57
BAB IV.....	59
TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Temuan Penelitian	59
B. Pembahasan	84
BAB V	88
PENUTUP	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Islam adalah agama yang sempurna dan menyeluruh tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga hubungan manusia dengan dirinya sendiri dan mengatur hubungan dengan sesama manusia, yang diturunkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW untuk disampaikan kepada umat manusia karena Islam itu membawa rahmat bagi seluruh alam bila diterapkan kepada kehidupan manusia. Oleh karena itu, mengemban dakwah Islam misi agung dan mulia untuk kesejahteraan umat manusia agar bahagia dunia dan akhirat bagi yang mengikuti dengan kesungguhan dan menyeluruh (Hasan, 2024: 2).

Menurut Asmuni Syukir (1982: 21) dakwah Islam adalah sebuah upaya yang bertujuan dalam memberikan penyelenggaraan atas sebuah rencana dengan kesadaran diri untuk menuju ke jalan Allah SWT, jalan yang benar. Memperbaiki situasi kearah yang lebih baik (dakwah bersifat pembinaan dan pengembangan) dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yaitu hidup didunia dan akhirat. Menurut M. Arifin (1993: 6) dakwah adalah sebuah aktivitas yang bertujuan dalam ajakan verbal ataupun non verbal yang secara sadar dilakukan manusia dan harus dapat bisa mempengaruhi orang agar ada upaya yang timbul seperti pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama, pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan.

Memahami dari para ahli tentang dakwah diatas dapat kita pahami bahwasanya dakwah merupakan kegiatan mengubah perilaku atau kehidupan manusia agar lebih baik, baik itu hubungannya kepada Allah SWT maupun hubungannya kepada manusia. Dakwah merupakan aktifitas ajakan, seruan, panggilan dan juga proses mempengaruhi seseorang agar berubah dari suatu kondisi kepada kondisi yang lain yang diinginkan (Thohir dan Siddiq, 2021: 1). Memperhatikan hakikat yang tersirat dalam pengertian dakwah yang telah

dikemukakan, maka didalamnya terkandung tiga unsur pokok yaitu *al-taujih* (memberikan tuntunan dan pedoman), *al-irsyad* (memberikan nasihat), dan *at-tabsyir wa at-tanzir* (memberikan kabar gembira dan peringatan) (Abdullah, 2019: 4).

Dakwah adalah usaha peningkatan dan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sifat batin, yang tidak sesuai dengan tuntuna syariat islam. Untuk memperoleh kebahagiaan dan keselamatan dunia dan akhirat. Sudah hampir menjadi suatu rumus kehidupan, bahwa siapapun baik individu ataupun masyarakat selalu menginginkan keadaan yang lebih baik dan lebih maju dibandingkan sebelumnya. Tujuan dakwah tidak lain adalah membawa masyarakat pada keadaan yang lebih baik dan lebih maju dibandingkan dengan keadaan sebelumnya (Hasan, 2024: 2).

Dakwah juga merupakan bagian dari Agama islam yang memiliki fungsi dan peran yang strategis dalam kemasyarakatan ajaran islam kepada umat manusia. Melalui usaha dakwah ini islam telah hampir menyebar ke seluruh penjuru dunia dan telah menunjukkan peran dan fungsinya dalam memberi rahmat bagi kehidupan manusia dalam arti yang seluas-luasnya. Al-Quran juga secara imperative menyeluruh setiap muslim untuk menyuruh stiap muslim untuk menyeru umat manusia ke jalan Allah SWT dengan bijaksana serta dengan nasihat yang baik dan argumentasi yang jitu. Kemudian karena proses dakwah itu melibatkan beberapa unsur yang terkait diantaranya Dai (Subjek) dan Mad`u (Objek) (Hasan, 2024: 2).

Pelaksanaan dakwah merupakan proses komunikasi dalam rangka mengembangkan ajaran Islam, dakwah dalam arti mengajak orang untuk menganut agama Islam (Kustadi, 2013:24). Dalam istilah "*mengajak*" tersebut, sudah tentu mengandung makna *memengaruhi* orang lain agar orang lain itu mau dan mampu mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku sesuai dengan apa yang dikehendakiorang yang mengajaknya, dalam konteks dakwah, para *Da'i* akan selalu berusaha memengaruhi *mad'unya*.

Komunikasi merupakan interaksi antar pribadi yang menggunakan system simbol linguistik, seperti system simbol verbal (kata-kata) dan non

verbal. System ini dapat disosialisasikan secara langsung atau tatap muka, melalui media lain (tulisan, oral dan visual) (Karlfried Knapp). Komunikasi adalah proses sosial, dalam arti pelemparan pesan/lambang yang mana mau tidak mau akan menumbuhkan pengaruh pada semua proses dan berakibat pada bentuk perilaku manusia dan adat kebiasaan (Suprpto, 2009:5-6).

Proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan (*massage*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam suatu proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikator mengirimkan pesan/informasi kepada komunikan sebagai saran komunikasi (Suprpto, 2009: 5).

Penyebaran pelaksanaan dakwah dilakukan dalam banyak kegiatan yang berbeda-beda. Salah satu bentuk dakwah adalah dilakukan oleh lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang mengajak masyarakat untuk mengeluarkan atau menyalurkan infak sedekah dan zakat. Upaya BAZNAS dalam mengajak masyarakat untuk mengeluarkan infak, sedekah dan zakat kepada BAZNAS adalah proses dakwah yang harus membutuhkan strategi dalam upaya mengajak tersebut.

Strategi sangat penting dalam kegiatan manusia baik dalam organisasi, lembaga masjid, sekolah, pabrik, maupun kegiatan rumah tangga dan kegiatan pribadi seseorang karena strategi itu merupakan suatu garis perjuangan yang menyangkut penentuan dasar tujuan, personal tempat atau medan, cara, waktu dan peralatan dalam mencapai tujuan akhir. Strategi tidak dapat dipisahkan dari kata taktik yang merupakan suatu keterkaitan sebagai cara untuk mengarahkan tenaga, dana dan sumber daya manusia dengan tujuan tertentu. Syukriadi Sambas (2006:45) menyatakan bahwa strategi dakwah adalah suatu perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah, yakni menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang tepat sesuai kondisi *mad'u*. Menurut Moh. Ali Aziz (2009: 287) strategi dakwah sebagai pendekatan yang dipakai untuk menentukan

arah dakwah, metode, serta teknik penyampaian agar sesuai dengan kebutuhan dan karakter masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Badan amil zakat nasional (BAZNAS) adalah lembaga resmi yang dibentuk oleh pemerintah Republik Indonesia untuk mengumpulkan, mengelola, dan mendistribusikan zakat, infak, serta sedekah di tingkat nasional secara profesional, transparan, dan sesuai dengan syariat Islam. Badan Amil Zakat Nasional tidak hanya ada di pemerintahan pusat, Badan Amil Zakat Nasional juga ada di tingkat kabupaten atau kota yang ada di Indonesia. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) kabupaten atau kota memiliki wewenang dan tugas untuk mengumpulkan, mengelola dan mendistribusikan zakat yang ada di daerah masing-masing. Baznas kabupaten atau kota memiliki cara mereka tersendiri dalam menjalankan tugas sebagai lembaga atau cara mereka tersendiri dalam melakukan pendekatan kepada *muzakki* yang ada di daerah terkait.

Lembaga yang menampung atau mengumpulkan zakat infak sedekah tidak hanya BAZNAS akan tetapi banyak lembaga-lembaga swasta yang bergerak pada bidang infak sedekah dan zakat seperti halnya Dompot Du'afa, Yakesma yang juga bergerak pada bidang pengumpulan dan menyalurkan infak zakat dan sedekah. Lembaga-lembaga yang bergerak dalam bidang infak zakat dan sedekah tersebut tidak terlalu populer khususnya di Kabupaten Tanah Datar. BAZNAS Kabupaten Tanah Datar sampai saat ini menjadi lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dalam pengumpulan dan penyaluran zakat infak sedekah. Hal ini tentu berkaitan erat dengan bagaimana para petugas atau Amil Zakat yang berkerja di kantor BAZNAS kabupaten Datar dalam menjalankan tugas, seperti bagaimana mereka mengajak dan meyakinkan masyarakat Kabupaten Tanah Datar untuk mengeluarkan infak zakat dan sedekahnya.

Lembaga yang menampung atau yang mengumpulkan, mengelola dan mendistribusikan zakat infak dan sedekah bukan hanya lembaga BAZNAS, banyak lembaga-lembaga sosial atau dakwah yang juga menjalankan tugas dalam mengumpulkan, mengelola dan mendistribusikan zakat. Banyaknya lembaga

ini tentu membuat para *muzakki* bisa memilih kemana mereka mau menyalurkan atau memberikan zakat itu sendiri. Agama juga tidak membatasi seorang *muzakki* dalam mengeluarkan zakat agar diberikan atau dikeluarkan melalui lembaga-lembaga pengumpulan zakat. Masyarakat kabupaten Tanah Datar lebih khususnya belum terlalu mengenal apa itu BAZNAS, masih banyak diantara masyarakat yang mengeluarkan zakatnya secara langsung dengan artian mereka yang memberikan atau menyalurkan zakatnya kepada orang-orang yang mereka anggap diperbolehkan untuk menerima zakat itu sendiri.

Upaya Amil BAZNAS Kabupaten Tanah Datar mengajak masyarakat dalam menyalurkan infak sedekah dan zakat kepada lembaga BAZNAS Kabupaten Tanah Datar tidaklah mudah, terlebih sebagian masyarakat Tanah Datar sangat teliti dalam beribadah yang berkaitan dengan infak sedekah dan zakat, mereka mempertanyakan akan kemana nanti infak sedekah dan zakat yang mereka berikan itu disalurkan oleh BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, oelh karna itu tidka hanya strategi dalam mengajak dan meyakinkan masyarakat yang harus diperlukan oleh BAZNAS Kabupaten Tanah Datar akan tetapi juga dengan program-program yang jelas dan tepat dalam penyaluran infak sedekah dan zakat tersebut.

Kondisi masyarakat seperti ini tentu membuat BAZNAS Tanah Datar harus menggunakan strategi dalam melakukan pendekatan supaya masyarakat yang sudah wajib untuk mengeluarkan zakat melalui Baznas Tanah Datar. Pendekatan yang dilakukan tentunya tidak mudah, selain kebiasaan masyarakat yang mengeluarkan dan memberikan zakat itu secara langsung membuat harus adanya strategi khusus atau pendekatan khusus yang harus dilakukan oleh Baznas Tanah Datar dalam mengajak dan meyakinkan masyarakat kabupaten Tanah Datar untuk menyalurkan zakat melalui Baznas Tanah Datar.

Wakil Bupati Tanah Datar, Ahmad Fadly mengatakan bahwa pada tahun 2024 BAZNAS Kabupaten Tanah Datar mengumpulkan infak sedekah dan zakat lebih kurang 12 milyar, hal ini menunjukkan bagaimana kinerja

Amil yang ada di lembaga BAZNAS Kabupaten Tanah Datar. Mengajak dan meyakinkan masyarakat untuk mengeluarkan infak sedekah dan zakat bukan hal yang mudah, tentunya ada strategi dan upaya yang diterapkan oleh Amil lembaga BAZNAS Kabupaten Tanah Datar. Dalam proses mengajak dan meyakinkan terjadilah komunikasi yang membutuhkan strategi yang pasti agar masyarakat yakin kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.

Gaya komunikasi yang menarik dan strategi yang matanglah yang membuat masyarakat akan yakin dan percaya untuk menyalurkan infak zakat dan sedekahnya kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, dalam proses mengajak dan meyakinkan atau proses dakwah yang diterapkan oleh BAZNAS Kabupaten Tanah Datar bisa bersifat langsung seperti sosialisasi, ceramah dan diskusi maupun tidak langsung seperti penyebaran poster-poster ajakan melalui media sosial.

Strategi yang matang tentu juga menjamin ahasil yang memuaskan. Tidak hanya dengan menggunakan strategi komunikasi yang matang lembaga BAZNAS Kabupaten Tanah Datar juga menawarkan program-program yang sangat mempermudah dan membantu masyarakat seperti mana halnya penyaluran zakat yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. pada tahun 2024 tidak hanya jumlah pengumpulan yang meningkat di lembaga BAZNAS Kabupaten Tanah Datar akan tetapi jumlah *Muzakki* atau orang yang lmenyalurkan zakatnya kepada Lembaga BAZNAS Kabupaten Tanah Datar juga bertambah. Ini juga menandakan begitu serius dan matangnya strategi yang dimiliki oleh amil yang bekerja di BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.

Berdasarkan dari banyaknya lembaga infak sedekah dan zakat tidak semua lembaga infak sedekah dan zakat dapat mengumpulkan infak sedekah zakat sebanyak yang dikumpulkan oleh lembaga BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, seperti lembaga Yakesma dan Dompot *Du'afa*, tidak terlalu banyak mengumpulkan dibandingkan dengan lembaga BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, hal ini tentu menandakan adanya keistimewaan dan adanya strategi yang sangat matang terhadap lembaga BAZNAS Kabupaten Tanah Datar dalam mengajak dan meyakinkan masyarakat Kabupaten Tanah Datar untuk

dapat menyalurkan infak sedekah dan zakatnya kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.

Fenomena inilah yang membuat penulis tertarik ingin melakukan penelitian yang berjudul “*Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Mengajak Muzakki di Kabupaten Tanah Datar*” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Baznas tanah datar dalam mengajak dan meyakinkan para *muzakki*

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan, maka penulis memfokuskan penelitian ini pada “*Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Mengajak Muzakki di Kabupaten Tanah Datar*”.

C. Sub Fokus Penelitian

1. Bagaimana Persuasif *strategy* BAZNAS tanah datar dalam mengajak *muzakki* di kabupaten tanah datar.
2. Bagaimana Norma *Re-educative Strategy* BAZNAS Tanah Datar dalam mengajak *muzakki* di Kabupaten Tanah Datar

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana Persuasif *strategy* BAZNAS dalam mengajak *muzakki* pada lembaga BASNAS Tanah Datar.
2. Untuk mengetahui bagaimana Norma *Re-educative Strategy* BAZNAS Tanah Datar dalam mengajak *muzakki* pada lembaga BAZNAS Tanah Datar.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat penelitian ada dua bentuk, yaitu:
 - a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya wacana intelektual penulis, dan menambah wawasan baik bagi penulis, masyarakat dan akademis.

b. Secara Praktis

Untuk dapat dijadikan acuan dalam mengkaji strategi komunikasi dakwah dalam mengajak *muzakki*.

2. Luaran Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat dijadikan salah satu referensi dan dimuatkan dalam bentuk jurnal ataupun penelitian ini dimanfaatkan pada perpustakaan yang ada.

F. Defenisi Istilah

Dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada individu dan seluruh umat konsepsi islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi *amar ma'ruf nahi mungkar*, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengamalannya dalam kehidupan masyarakat dan negara (M. Natsir, 2000:17). Adapun dakwah yang penulis maksud adalah mengajak orang-orang yang diwajibkan membayar zakat kepada Baznas Tanah Datar.

Strategi komunikasi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi digunakan agar pesan komunikasi dapat diterima, dipahami, dan menimbulkan efek sesuai yang diharapkan (Effendy, O. U, (2003:301). Adapun strategi komunikasi yang penulis maksud adalah cara-cara yang dilakukan oleh BAZNAS Tanah Datar dalam mengajak *muzakki*.

Muzakki adalah orang yang dikenai kewajiban membayar zakat atas kepemilikan harta yang telah mencapai nisab dan haul (Yusuf Qardhawi, 2000:38). Adapun *muzakki* yang penulis maksud disini adalah orang-orang sudah diwajibkan mengeluarkan zakat di Kabupaten Tanah Datar.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologi kata dakwah berasal dari kata bahasa arab *da'a yad'u, dakwah* yang berarti menyeru, memanggil, mengajak dan mengundang (Mahmud Yunus,1973:127). Kata dakwah secara *etimologis* terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan yang pelakunya ialah Allah SWT, para Nabi dan Rasul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal sholeh. Terkadang pula diartikan mengajak kepada keburukan yang pelakunya adalah *Syaithan*, orang-orang kafir, orang-orang munafik dan sebagainya. Ilmu dakwah adalah pengetahuan yang membahas masalah dan segala hal yang timbul atau yang mengemuka dalam interaksi antar unsur dari sistem dakwah agar diperoleh pengetahuan yang tepat dan benar mengenai kenyataan dakwah.

Pengertian dakwah secara *terminologis* sebagaimana dikemukakan oleh para ahli, antara lain: (Abdullah, 2019:3).

- a. Menurut syeikh Ali Mahfudh: dakwah adalah mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan petunjuk, menyuruh mereka berbuat *ma'ruf* dan melarang mereka dari perbuatan *mungkar*, agar mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
- b. Menurut Bahay al-Khauily, dakwah merupakan suatu usaha memindahkan dari situasi negative kepada yang positif. Seperti dari situasi kekufuran kepada keimanan, dari kemelaratan kepada kemunggaran, dari perpecahan kepada persatuan, dari kemaksiatan kepada ketaatan untuk mencapai keridhaan Allah, semuanya termasuk dalam pengertian dakwah.
- c. Abu Bakar Zakary berpendapat bahwa dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengetahuan tentang agama (Islam) untuk memberi pengajaran kepada khalayak hal-hal yang dapat

menyadarkan mereka tentang urusan agama dan dunianya sesuai dengan kemampuannya.

- d. Menurut Syeikh Abdullah Ba'lawy al-haddad, dakwah adalah mengajak, membimbing dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar untuk dialihkan kejalan ketaaan kepada Allah SWT, beriman kepada-Nya serta mencegah dari apa yang menjadi lawan kedua hal tersebut, kemaksiatan dan kekufuran.
- e. Menurut Salahuddin Sanusi, dakwah yaitu usaha-usaha perbaikan dan pengembangan masyarakat, memperbaiki kerusakn-kerusakan, melenyapkan kebathilan, kemaksiatan dan ketidakwajaran dalam masyarakat.

Moh. Ali Aziz, dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah, beliau mengemukakan pengertian kata dakwah menurut para ahli, sebagai berikut: (Aziz, 2017:9-14).

- a. Syeikh Muhammad al-Rawi, dakwah adalah pedoman hidup yang sempurna untuk manusia beserta hak dan kewajibannya.
- b. Syeikh Ali bin Shalih al-Mursyid, dakwah adalah system yang berfungsi menjelaskan kebenaran, kebajikan, dan petunjuk (agama), sekaligus menguak berbagai kebathilan beserta media dan metodenya melalui sejumlah teknik, metode, dan media yang lain.
- c. Syeikh Muhammad al-Khadir Husain, dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan petunjuk serta menyuruh kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.
- d. Syeikh Muhammad al-Ghazali, dakwah adalah program sempurna yang menghimpun semua pengetahuan yang dibutuhkan oleh manusia disemua bidang, agar ia dapat memahami tujuan hidupnya serta menyelidiki petunjuk jalan yang mengarahkannya menjadi orang-orang yang mendapat petunjuk.

- e. Syeikh Adam ‘Abdullah al-Aluri, dakwah adalah mengarahkan pandangan dan akal manusia kepada kepercayaan yang berguna dan kebaikan yang bermanfaat. Dakwah juga kegiatan mengajak orang untuk menyelamatkan manusia dari kesesatan yang hampir menjatuhkannya atau dari kemaksiatan yang selalu mengelilinginya.

2. Macam-macam Dakwah

Menurut Samsul dakwah dapat dikategorikan kedalam tiga macam, yaitu: (Qadariyah,2019:26).

a. Dakwah *bil-lisan*

Dakwah *bil-lisan* ialah dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasehat, dan lain-lain. Motede ceramah ini tampaknya sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah di majlis ta’lim, khutbah jum’at di masjid-masjid atau ceramah pengajian, dari segi jumlah barangkali dakwah melalui lisan ini sudah cukup banyak dilakukan oleh para juru dakwah di tengah-tengah masyarakat (Qadariyah, 2019:26).

b. Dakwah *bi-al-hal*

Dakwah *bi-al-hal* adalah dakwan dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan kegiatan amal karyanyata tersebut hasilnya hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dawkah. (Qodriyah, 2019: 26). Dakwah *bil hal* merupakan upaya nyata untuk mengajak umat melalui penekanan dalam sikap dan perilaku efektif. Begitu yang disampaikan oleh Agung Drajat Sucipto dalam Jurnal Dakwah yang berjudul ”Strategi Dakwah Dalam Pengetahuan Ekonomi Umat Oleh Gerakan Pemuda (GP) Ansor Kabupaten Banyumas.” (Sucipto,2020:267)

c. Dakwah *bi al-qalam*

Dakwah *al qalam* yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh dakwah *bi al-qalam* ini lebih luas dari pada melalui media lisan, demikian pula metode yang digunakan

tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Maknanya, kapan saja dan dimana saja *mad'u* atau objek dakwah dapat menikmati sajian dakwah *bi al-qalam* ini.

3. Tujuan dan Fungsi Dakwah

a. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan tugas mulia setiap orang yang sanggup sebatas kemampuannya, oleh sebab itu agar dakwah mencapai sasaran yang optima maka harus dipahami tujuan dakwah yang sebenarnya. Budi Birahmat dan Nesy Farlina, dalam jurnal Dakwah dan Komunikasi menuliskan dua tujuan dakwah yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. (Birahmat & Farlina, 2020: 162)

1) Tujuan Umum

Tujuan dakwah secara umum adalah membawa manusia dari lembah kesesatan kepada cahaya yang terang benderang, dari lembah kemusyrikan kepada cahaya tauhid yang mendatangkan kebahagiaan duniawi dan ukrawi.

2) Tujuan Khusus

Tujuan Khusus dakwah khusus dari tujuan umum yang dijabarkan secara rinci, bahkan bisa dikatakan sebagai bentuk khusus dari aktivitas dakwah, tujuan khusus dakwah setidaknya dapat dibagi kedalam beberapa tujuan, yakni:

- a) Kepada umat islam secara internal dapat meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT.
- b) Menstabilakan mental bagi manusia yang masih baru memeluk agama Islam.
- c) Mengajak non muslim agar beriman kepada Allah SWT.
- d) Mendidik dan mentarbiyahkan manusia agar tidak menyimpang dari fitrah-Nya.

Proses pelaksanaan dakwah dalam arti mengajak manusia kedalam Islam, diperlukan penetapan tujuan untuk landasannya. Tujuan dakwah mengandung arah yang harus ditempuh serta luasnya cakupan

aktivitas dakwah yang dapat dikerjakan. Tujuan dalam bahasa arab disebut dengan istilah *al-qarad, al qad, al-bugyat, al-hadf*. Istilah yang berkenaan dengan tujuan dakwah di atas, maka dapat dipahami bahwa tujuan adalah suatu yang diharapkan tercapai setelah suatu usaha atau kegiatan selesai (Abdullah, 2019:15).

Tujuan dalam ilmu komunikasi disebut dengan *destination* yang berarti sasaran atau arah yang akan dicapai dan dengannya dirumuskan pesan-pesan oleh komunikator untuk mencapai tujuan komunikator. Secara umum Harold Lasswell dalam bukunya *Roundhonah* menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat (Abdullah, 2019:15).

- 1) *Sosial change* (Perubahan Sosial) seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain, diharapkan perubahan sosial padanya, begitu pula dengan dakwah bertujuan untuk melakukan perubahan sosial.
- 2) *Attitude Change* (perubahan sikap) seseorang berkomunikasi juga ingin perubahan sikap, begitu pula dengan dakwah, bukan hanya perubahan kesadaran, tetapi terjadi pula perubahan sikap.
- 3) *Opinion Change* (perubahan pendapat) Seseorang dalam komunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat, tujuan dakwah adalah mengubah pendapat umum atau dikenal dengan istilah *public opinion*, sehingga kebaikan mengalahkan keburukan.
- 4) *Behavior change* (Perubahan Perilaku) seseorang juga ingin adanya perubahan perilaku.

Rasulullah SAW, ketika berdakwah di Makkah, perumusan dakwahnya berbeda dengan di Madinah. Fase di Makkah, materi pesanya adalah bertujuan untuk mengajak untuk beriman kepada Allah SWT. Pada waktu di Madinah, objek nya adalah orang-orang beriman, tujuan pembinaanya ialah agar mereka konsisten beramal Sholeh (Abdullah, 2019:16).

Adapun tujuan dakwah menurut M. Natsir yaitu: (Muhram, 2017:39).

- 1) Memanggil kita pada syariat, untuk memecahkan persoalan hidup, baik persoalan hidup perseorangan, rumah tangga, masyarakat, berbangsa dan bersuku, bernegara dan berantar negara.
- 2) Memanggil kita pada fungsi hidup sebagai hamba Allah SWT diatas dunia yang terbentang luas yang berisikan manusia secara heterogen, bermacam karakter, pendirian dan kepercayaan, yakni sebagai fungsi sebagai *syuhada 'ala an-nas*, menjadi pelopor dan pengawas manusia.
- 3) Memanggil kita kepada tujuan hidup yang *hakiki*, yakni menyembah Allah SWT.
- 4) Mengajak umat manusia baik itu yang mukmin maupun yang kafir atau *musyrik* kepada jalan yang benar dan diridhoi Allah SWT.

b. Fungsi Dakwah

Banyak yang masih sulit membedakan antara fungsi dan tujuan dakwah, unttuk memudahkan membedakan antara fungsi dan tujuan, misalnya jika ada orang yang haus maka dia akan minum air, minum air adalah fungsi sementara menghilangkan haus adalah tujuan (Abdullah, 2019:11).

Dakwah mempunyai fungsi yang sangat besar, karena menyangkut aktivitas untuk mendorong manusia melaksanakan ajaran Islam, sehingga seluruh aktivitas dalam aspek hidup dan kehidupannya senantiasa diwarnai oleh ajaran Islam. Dakwah berfungsi mengarahkan, memotivasi, membimbing, mendidik, menghinur, mengingatkan manusia untuk senantiasa beribadah kepada Allah SWT, berperilaku yang baik (Abdullah, 2019:111).

Secara umum, fungsi dakwah dapat dilihat dari dua segi, yaitu; *pertam*, segi tingkatan isi (pesan) dakwah. Isi atau pesan dakwah yang disampaikan meliputi beberapa tahap yang harus dicapai, yaitu: (Abdullah, 2019:11-12).

- 1) Menanamkan pengertian, yaitu memberikan penjelasan sekitar ide-ide ajaran Islam yang disampaikan, sehingga orang mempunyai

- persepsi (gambaran) yang jelas dan benar dari apa yang disampaikan, menanamkan pengertian merupakan langkah awal yang harus dicapai dalam aktivitas dakwah, karena dari pengertian yang jelas seseorang dapat menentukan sikap terhadap ide tersebut.
- 2) Membangkitkan kesadaran, yaitu mengunggah kesadaran manusia agar timbul semangat dan dorongan untuk melakukan suatu nilai yang disajikan kepadanya. Dan dengan bangkitnya kesadaran ini, merupakan ambang kearah tindakan *amaliyah* (realisasi perbuatan).
 - 3) Mengaktualisasikan dalam tingkah laku, yaitu sebagai realisasi dari pengertian dan kesadaran yang baik dan benar, menimbulkan tingkah laku dan perbuatannya, senantiasa didasari oleh ajaran islam, shigga nilai-nilai ajaran islam itu benar-benar berintegrasi dan tercermin dalam kehidupan manusia.
 - 4) Melestarikan dalam kehidupan, yaitu usaha agar ajaran islam yang telah terealisasi dalam diri seseorang itu dan masyarakat dapat lestari dan berkesinambungan dalam kehidupannya, tidak dicemarkan oleh perubahan zaman yang selalu berkembang.

Kedua, dari segi misi perubahan masyarakat (*taghyir*) M. Syafaat Habib memberikan penjelasan tentang fungsi dakwah sebagai agen perubahan masyarakat sebagai berikut (Abdullah, 2019:12-14).

- 1) Segi praktisnya, maka dakwah memajukan segala bidang tingkah laku manusia. Maju dalam hal ini adalah maju yang positif yang berifat baik dan sehat. Dengan demikian, dakwah berfungsi untuk mengarahkan segala aktivitas, kepeluan dan keinginan manusia untuk mencapai tujuan yang lebih maju tersebut. Dalam hal ini, dakwah akan memberikan tuntunan hidup yang lebih praktis dan *religious*.
- 2) Segi natur atau keadaan manusia itu sendiri, maka dakwah bukan bukan saja hanya mengubah natur manusia, akan tetapi justru dakwah akan mengembalikan manusia kepada *natur(fitrah)* yang benar menurut kata hatinya. Keadaan ini membuat manusia selalu

menjadi perhatian utama dakwah. Artinya *amar ma'ruf nahi mungkar* adalah sesuai dengan *fitrah* hati nurani manusia. Maknanya dakwah bukanlah berbuat suatu hal yang akan berlawanan dengan kata hati nurani manusia. Dakwah akan memberikan nilai untuk diri manusia dan tidak bertentangan, akan tetapi justru mengembangkan apa yang telah ada.

- 3) Segi perannya sebagai pembaharu masyarakat, maka dakwah sebenarnya memberikan angin baru dan pedoman yang akan lebih menguntungkan kultur dan civilisasi manusia. Kultur dan civilisasi manusia pasti akan bergerak ke arah yang lebih baik, maka dalam perjalanannya yang sudah lebih dari pada yang ada itu dakwah akan selalu memberikan pengarahan terhadap aktifitas manusia, agar manusia menuju ke arah yang lebih konstruktif, bukan sebaliknya yang destruktif, sebab agama tidak menghendaki hal-hal yang dapat merusak.
- 4) Segi kehidupan manusia dan tujuan hidupnya, maka dakwah akan memberikan *filter* (penyaring), akan memberikan arah dan selalu akan meluruskan hidup manusia, apabila sewaktu-waktu terjadi penyelewengan terhadap diri manusia.

4. Prinsip-prinsip Dakwah

Kata Prinsip dalam KBBI berarti kebenaran yang menjadi pokok dasar pemikiran, bertindak, menurut Efendy, prinsip-prinsip dakwah terbagi 7 yakni: (Abdullah, 2019:5).

- a. *Da'i* harus siap menjadi pewaris Nabi.
- b. *Da'i* harus menyadari bahwa masyarakat butuh waktu untuk memahami pesan dakwah, berdakwah secara bertahap.
- c. Berdakwah sesuai dengan kondisi tingkat kemampuan masyarakat.
- d. Dalam menghadapi persoalan dakwah *Da'i* harus bersabar.
- e. Seorang *Da'i* harus memiliki citra positif.
- f. Berdakwah dengan mendahulukan yang prioritas.

- g. Berdakwah itu harus dimulai dari diri sendiri, keluarga kemudian masyarakat.

Selain itu ada beberapa prinsip komunikasi yang dapat dijadikan sebagai prinsip dakwah (Abdullah, 2019: 6-7).

- a. Komunikasi adalah simbolik, dalam berdakwah seorang *dai* harus mampu menyampaikan pesan-pesan dakwah sesuai dengan tingkat kemampuan *mad'u*.
- b. Setiap perilaku memiliki potensi komunikasi, setiap perilaku *Da'i* adalah pesan dakwah.
- c. Komunikasi memiliki dimensi isi, dakwah bukan hanya pesan dakwah akan tetapi dakwah harus pula memperhatikan pesan dakwah, boleh jadi materi dakwah kurang menarik akan tetapi cara penyampaiannya menarik, maka dakwah itu akan diterima *mad'u*.
- d. Komunikasi berlangsung dalam tingkat kesengajaan, banyak peristiwa dan perilaku *Da'i* yang terkadang diluar dari kesadarannya, misalnya ketika *Da'i* berdakwah dan dia mengucapkan perkataan dan pesan dakwah diluar teks atau pesan dakwahnya.
- e. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu, dalam berdakwah seorang *Da'i* harus memperhatikan waktu dan tempat, karena boleh jadi pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan waktu dan tempatnya, berdakwah dengan waktu yang lama ditengah masyarakat kota dapat menyebabkan jamaah berkurang, karena masyarakat kota memiliki banyak kesibukan.
- f. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi, seorang *Da'i* harus dapat melihat kondisi *mad'u* sebelum berdakwah.

5. Strategi Dakwah

Kata strategi dakwah berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu "Stratus" yang artinya tentara dan kata "agein" yang berarti memimpin. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Upaya dalam mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah jalan

saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi adalah satu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Terdapat dalam kamus besar Bahasa Indonesia strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Sanjaya, 2019:24).

Meneurut Wina Sanjaya dalam (Sodiqin, 2019), Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang berisikan rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu: (Sodiqin, 2019: 29).

- a. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan sebagai sumber daya atau kekuatan. Maknanya, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.
- b. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan, karena sebelum pencapaian strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas agar dapat diukur tingkat keberhasilannya (Sodiqin, 2019 :29).

Moh Ali Aziz membagi strategi dakwah kedalam tiga bentuk yaitu:

- a. Strategi Sentimental (al-manhaj al-‘athfi) yaitu dakwah yang memfokuskan aspek hati, menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasehat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Metode-metode ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para *muallaf*, orang-orang miskin, anak-anak yatim dan sebagainya. Strategi *Sentimental* ini diterapkan Nabi Muhammad SAW, saat menghadapi kaum *musyrik* Mekkah. Banyak ayat-ayat *Makiyyah* yang menekankan aspek kemanusiaan (*humanisme*), semacam kebersamaan, perhatian kepada fakir miskin,

kasih sayang kepada anak yatim dan sebagainya. Ternyata pengikut Nabi Muhammad SAW pada masa awal umumnya berasal dari golongan kaum yang lemah. Menggunakan strategi ini kaum lemah merasa dihargai dan merasa dihormati (Sodiqin, 2019: 29-30).

- b. strategi Rasional (*al-manjah al- aqli*) merupakan dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran, strategi ini mendorong pada mitra dakwah untuk berfikir, merenung, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan. Contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dan strategi rasional. Apa yang dilakukan Aziz di Amsterdam setiap hari sabtu (tahun 2008) berdiskusi tentang jihad, babi, alcohol, dan sebagainya sampai dengan poligami dengan penduduk belanda yang masih sinis dengan islam adalah salah stu contoh strategi ini. Al-quran mendorong penggunaan strategi rasional dengan beberapa terminology antara lain: *tafakkur, tadzakkur, nazar, taammul, i'tibar, tadabbur* dan *istibshar*. Nabi Muhammad SAW menggunakan strategi ini untuk menghadapi para pemuka yahudi, mereka terkenal dengan kecerdikannya. Saat ini mereka telah memproklamasikan kematian Tuhan dipelopori oleh Friedich Nietzsche dan Jean Paul Sarte serta menganggap dunia materi ini abadi. Selain itu kita juga menghadapi aliran-aliran sempalan yang berbeda secara mendasar dengan ajaran islam. Mereka mengklaim memiliki nabi baru, penjelmaan tuhan, mengetahui kepastian hari kiamat dan sebagainya. Kepada mereka, strategi rasional adalah strategi yang paling tepat (Sodiqin, 2019: 30-31).
- c. Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*) juga dapat dinamakan sebagai strategi eksperimen/ilmiah, yaitu dakwah yang berorientasikan pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian serta percobaan. Diantara metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama. Dahulu Nabi Muhammad SAW mempratikkan islam sebagai perwujudan strategi indrawi yang

disaksikan oleh sahabat-sahabat. Para sahabat dapat menyaksikan mukjizat Nabi Muhammad SAW secara langsung, seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Sekarang, kita menggunakan Al-quran untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian ilmiah. Pakar tafsir menyebutkan dengan *Tafsir 'Ilmi*. Adnan Oktar, penulis produktif dari Turki yang memakai nama Harun Yahya, menggunakan strategi ini dalam menyampaikan dakwahnya. M. Quraish Sihab, pakar tafsir kenamaan dari Indonesia, juga sering menguraikan hasil penemuan ilmiah saat menjelaskan ayat-ayat Al-Qur'an (Sodiqin, 2019: 31-32).

Moh. Ali Aziz, menyatakan dakwah membutuhkan strategi yang tepat. Karena strategi dakwah adalah perencanaan yang membuat rangkaian yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tersebut. Oleh karena itu ia menawarkan tiga strategi dakwah yaitu: (Iskandar, 2019:26)

- a. Strategi *tilawah*, artinya mitra dakwah (*mad'u*) diminta untuk mendengarkan penjelasan dari mubalig, atau *mad'u* membaca sendiri pesan yang tulis oleh mubalig tersebut. Dakwah lebih dipraktekkan dalam bentuk ceramah, yaitu ada pembicaraan dan ada yang mendengarkan pembicaraan tersebut.
- b. Strategi *takziyah* (menyucikan jiwa). Jika strategi *tilawah* melalui indra pendengaran dan penglihatan, maka strategi *takziyah* melalui aspek kejiwaan. Karena, salah satu misi dakwah adalah menyucikan jiwa manusia. Kotoran jiwa dapat menimbulkan beberapa penyakit, baik penyakit hati maupun penyakit badan. Sasaran strategi ini bukan pada jiwa yang beri tetapi jiwa yang kotor. Parameter jiwa yang kotor diantaranya, dilihat dari gejala jiwa yang tidak stabil, keimanan yang tidak *istiqomah*, seperti serakah, kikir, sombong dan sebagainya.
- c. Strategi *ta'lim*, strategi ini hampir sama dengan strategi *tilawah*, akan tetapi strategi *ta'lim* lebih mendalam dilakukan secara formal dan sistematis. Strategi lebih tepat jika dikatakan sebagai strategi dakwah

melalui pendidikan formal, yang memiliki kurikulum, diajarkan secara continue dengan tujuan tertentu.

Dari ketiga strategi dakwah diatas, strategi *tilawah* dan *tazkiyah* lebih mengisyaratkan dakwah tersebut dapat dilakukan dalam bentuk tablig (*bil al-lisan*), sebagaimana yang telah dilakukan Nabi Muhammad SAW pada tahap awal ketika Islam didakwahkan di Makkah, selanjutnya strategi *ta'lim*, mengisyaratkan dakwah dapat dilakukan dengan cara yang lebih kongkrit, formal dan sistematis. Dakwah dalam konteks ini dapat dikelompokkan kedalam dakwah *bi al-hal* (Iskandar, 2019:11).

Karena itu, gerakan dakwah melalui kegiatan yang nyata (*bi al-hal*), berupa uluran tangan oleh si kaya kepada si miskin, pengayoman hukum, dan sebagainya perlu dilakukan. Karena perluasan kegiatan dakwah yang berbasis *mad'u* seperti ini, hendaknya diawali dari ferivikasi *Da'i*, sehingga relevansi dakwah dengan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dapat terwujud (Iskandar, 2019:11).

Didin Hafidhuddin dalam bukunya “Dakwah Aktual” mengemukakan beberapa strategi dakwah antara lain sebagai berikut:

a. Memperjelas Secara Gelombang Sasaran-sasaran Ideal.

Langkah awal sebelum memulai suatu dakwah, terlebih dahulu harus diperjelas sasaran apa yang ingin dicapai, kondisi umat islam yang bagaimana yang diharapkan, baik sebagai wujudnya sebagai individu maupun wujudnya sebagai suatu komunitas masyarakat (Hafidhuddin, 2001:71).

1) Pribadi Muslim

Kita simak gerakan dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Terpirkan oleh kita bahwa pertama kali yang dilakukan oleh Nabi adalah membentuk pribadi-pribadi muslim yang tangguh, mulai dari istrinya Siti Khadijah, Ali Bin Abu Thalib, dan sahabat dekat lainnya. Mereka yang tercatat sebagai orang awal yang masuk islam itu, akhirnya memang menjadi tulang punggung gerakan dakwah Rasulullah. Semua peristiwa itu mengandung pelajaran bahwa

berdakwah haruslah mampu menumbuhkan pionir-pionir muslim yang tangguh, yang pada akhirnya mereka mampu menjadi dinamisor di dalam masyarakat (Hafidhuddin, 2019:71).

Melihat kondisi ini seperti sekarang ini, kita menginginkan pribadi-pribadi muslim yang mampu menjadi pemimpin bagi dirinya, keluarganya, serta masyarakatnya. Maka, dakwah hendaknya mampu mengubah pribadi seorang muslim dari profil yang statis dan lemah, menjadi profil yang kokoh kuat, dinamis, kreatif, serta produktif (Hafidhuddin, 2019:71).

2) Masyarakat Muslim

Masyarakat muslim adalah masyarakat yang memiliki ciri secara organis-dinamis, kuat dasar-dasar teoritis dan dasar-dasar organisatorisnya, kuat ikatan hubungannya dan kepaduan jalinannya. Prinsip teosritisnya bersumber dari syahadat, yang berarti tidaklah ada suatu gerakan yang terjadi dan dijadikan, kecuali yang bersumber dari Allah SWT. Karenanya, masyarakat islam adalah masyarakat yang dinamis, berkepemimpinan, dipimpin oleh syariat Allah SWT. Setiap pribadi bergerak pada dinamika kehidupan tuntutan sistemnya Allah yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Masyarakat muslim juga mendasarkan pada etika berprestasi kerja. Setiap orang diharuskan bekerja dan berkelana dimuka bumi dalam rangka mencari rezeki dan karunia-nya (al-Mulk: 15). Islam memberikan spirit, motivasi, dan pemikiran-pemikiran praktis, guna mendorong gairah kerja dan berusaha, yang tidak melalaikan sholat, zakat, dan zikir kepada-Nya (an-nur: 36-38). Masyarakat muslim juga mengutamakan memberi daripada menerima (HR Bukhari dan Muslim). Masyarakat muslim adalah masyarakat yang mengutamakan *ukhuwah* dan kebersamaan, saling menolong, musyawarah dan sifat-sifat lainnya (Hafidhuddin, 2001: 71-72).

Dakwah islamiyah hendaknya mendorong terbentuknya masyarakat dengan ciri-ciri tersebut. Sebenarnya, sebagaimana diketahui bahwa masyarakat muslim di Indonesia, dibalik kemajemukannya juga memiliki potensi-potensi yang belum optimal. Misalnya budaya religious partenalistik yang menempatkan pemimpin agama pada posisi yang dihormati (Hafidhuddin, 2001:72).

b. Merumuskan Masalah Pokok Umat Islam

Dakwah bertujuan untuk menyelamatkan umat dari kehancuran dan untuk mewujudkan cita-cita ideal masyarakat. Pertama, rumuskanlah terlebih dahulu masalah pokok yang dihadapi umat, kesenjangan antara sasaran ideal dan kenyataan yang konkret dari pribadi-pribadi muslim, serta kondisi masyarakatnya dewasa ini. Jenjuang masalah ini pun tidak sama antara kelompok masyarakat yang satu dan kelompok masyarakat yang lainnya, tetapi dalam kurun waktu tertentu harus ada kajian ulang terhadap masalah ini seiring dengan pesatnya perubahan masyarakat tersebut (Hafidhuddin, 2001:72).

c. Merumuskan Isi Dakwah

Keberhasilan kita merumuskan sasaran dakwah beserta masalah yang dihadapi masyarakat islam maka langkah selanjutnya adalah menentukan isi dakwah itu sendiri. Isi dakwah harus sinkron dengan masyarakat islam sehingga tercapai sasaran yang telah ditetapkan. Ketidaksinkronan dalam menentukan isi dakwah ini bisa menimbulkan dampak negative yang disebut dengan istilah “*split personality*” ataiu “*double morality*” pribadi muslim, misalnya seorang muslim yang beribadah, tetapi pada waktu yang sama ia dapat menjadi pemerias, penindas, koruptor, pelaku perbuatan tercela lainnya (Hafidhuddin, 2002: 73).

Keterpecahan/moralitis pribadi seorang muslim itu disebabkan oleh keterpecahan ilmu pengetahuan yang tergambar dalam pribadi-pribadi ulama atau cendikiawan muslim sebagai pemimpin umat. Para

ulama atau cendikiawan muslim yang berbeda disiplin imunya itu, sering kurang apresiasi terhadap sesamanya (Hafidhuddin, 2001: 73). Sebagian orang menguasai teologi dan filsafat, tapi meremehkan hukum (fikih). Sebaliknya, ada yang mendalami fikih, namun melecehkan teologi dan filsafat islam. Kondisi keterpecahan itu, menyebabkan keterpecahan yang dijalankan kurang menyentuh persoalan dan bukan merupakan penyelesaian masalah yang tuntas (Hafidhuddin, 2018:73).

d. Menyusun Paket-paket Dakwah

Menyadari realita masyarakat Indonesia yang majemuk ini, maka tugas para *Da'i* adalah menyusun paket-paket dakwah sesuai dengan masyarakat sasaran beserta permasalahan yang dihadapinya. Seseorang *Da'i* harus bisa membedakan paket dakwah untuk sasaran nonmuslim dengan paket dakwah khusus muslim. Mayoritas *Da'i* pada saat ini masih sulit menentukan prioritas dakwah bagi dua golongan tersebut, mana yang harus diutamakan antara mengislamkan orang yang belum beriman atau mengislamkan orang yang sudah Islam? (Hafidhuddin, 2001: 73-74).

Sementara itu, bila diperhatikan paket dakwah untuk kaum muslimin juga belum ada verifikasinya sesuai dengan pelapisnya. Misalnya, paket dakwah berdasarkan kualifikasi umur (anak kecil, remaja, orang tua). Kualifikasi keprofesian (petani, pedagang, nelayan, guru, seniman dan sebagainya), serta kualifikasi berdasarkan status sosial (kaya-miskin, abangan, santri atau priayi). Verifikasi itu penting, bukan hanya dari segi substansi (materi dakwah) saja, tetapi meliputi juga cara penyampaiannya (Hafidhuddin, 2002: 74).

e. Evaluasi Kegiatan Dakwah

Tugas yang paling penting adalah bagaimana mengkoordinasikan pelaksanaan dakwah itu. Apa yang harus dikerjakan setelah dakwah itu berjalan? Disinilah pentingnya koordinasi untuk mengadakan evaluasi, sejauh mana hasil dakwah yang telah dicapai. Evaluasi ini penting untuk sesuai dengan perubahan masyarakat dalam

kurun waktu tertentu harus selalu ada penyempurnaan dakwah, sebelum hal itu dilakukan, terlebih dahulu harus kita tetapkan target hasil dari setiap paket dakwah yang kita jalankan sehingga memudahkan membuat grafik perkembangan dakwah (Hafidhuddin, 2002: 74).

Proses dakwah bermula dari usaha mempertanyakan kembali dasar asumsi yang memberikan orientasi system sosial, lalu membangun hubungan baru. Menurut al-Ghazali, proses tersebut dapat diperinci menjadi tiga tahap, yaitu menyadarkan pikiran, menumbuhkan keyakinan, dan membangun system. Bila dikaji lebih dalam, maka proses dakwah yang dilakukan Rasulullah SAW. Memperlihatkan proses tersebut. Masa periode mekkah merupakan proses melempangkan kerangka landasan filsofi system sosial (pembersih akidah). Dan pada periode Madinah membangun system sosial yang bernafaskan islam. Dakwah yang dilakukan Rasulullah SAW ini hendaknya bisa kita teladani (Hafidhuddin, 2001: 74-75).

Jalaluddin Rahmat mengemukakan 3 strategi yang dapat digunakan dalam menyelenggarakan kegiatan dakwah. Strategi tersebut adalah:

- 1) *Power Strategy* adalah perubahan sosial dengan dengan menggunakan kekuasaan atau kekuatan. Dalam penyebaran islam di Indonesia, para wali menggunakan metode ini, yaitu dengan mendekati para raja atau orang yang berkuasa dengan harapan bahwa apabila penguasa sudah masuk islam, maka dengan orientasinya maka mereka dapat mengislamkan masyarakatnya.
- 2) *Persuasif strategy* adalah strategi untuk menimbulkan perubahan perilaku yang dikehendaki *dengan* mengidentifikasi objek sosial pada kepercayaan atau nilai-nilai agen perubahan.
- 3) *Norma Re-Educatiue Strategy* adalah strategi untuk menanamkan dan mengganti norma masyarakat yang lama dengan yang baru. Strategi ini tidak hanya untuk *merubah* perilaku yang tampak tetapi mengubah keyakinan dan nilai.

Berbagai metode dakwah lisan dilihat dari gaya bahasa Al-Qur'an, penulis susun secara sistematis mulai dari yang mudah dilihat dan digunakan dalam komunikasi:

a. *Qaulan Layyinan* (Perkataan yang Lembut)

Istilah *Qaulan layyina* secara harfiah bermakna komunikasi yang disampaikan dengan lemah lembut. Mengungkapkan sesuatu dengan lemah lembut merupakan perintah Allah kepada Nabi Musa dan Nabi Harun ketika perintah sedang berdakwah kepada Fir'aun untuk menyampaikan Tabsyir dan Inzar kepada Fir'aun. Kata *Qaulan layyina* dalam Al-Qur'an termaktub pada surat Thaha (20) ayat 44 adalah sebagai berikut:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut.”

Sepintas *Qaulan layyina* ini berkonotasi lemah lembut dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan. Sementara itu terlihat kontradiktif dengan komunikasi yang harus dihadapi Nabi Musa dan Nabi Harun yaitu Raja Fir'aun yang terkenal keras, zalim, sangat arogan dan memiliki kekuatan absolut. Namun demikian Allah yang Pencipta dan Maha Mengetahui menyatakan juga secara eksplisit dan bersamaan bahwa dengan menerapkan *Qaulan layyina* akan berimplikasi pada tersentuhnya hati komunikasi dan jiwanya akan tergerak menerima pesan yang disampaikan. Oleh karena itu dalam melakukan komunikasi dengan *mad'u*, seorang dai hendaknya tetap berupaya bersikap lemah lembut dan semaksimal mungkin menghindari kata-kata keras, kasar dan intonasi tinggi.

Dalam komunikasi dakwah, *Qaulan layyinan* ini hendaknya menjadi dasar tentang perlunya sikap bijaksana dalam berdakwah ditandai dengan ucapan-ucapan yang tawadhu' yang tidak menyakitkan dan menyinggung komunikasi dakwah (*mad'u*). Dalam pandangan Ibnu

Katsir *Qaulan layyinan* merupakan kata sindiran/bukan terus terang. Adapun dalam pandangan Al-Zuhaily ketika menafsirkan ayat tersebut, “Maka katakanlah kepadanya (Fir’aun) dengan kata-kata yang lemah lembut (penuh persaudaraan) dan enak didengar, tidak menunjukkan kekerasan dan menasehatinya dengan kata-kata yang lemah lembut supaya dia lebih tertarik karena dia merasa takut dengan azab yang Allah jadikan melalui mulutnya.

Makna ayat ini adalah bahwa Nabi Musa dan Nabi Harun diperintahkan oleh Allah untuk meninggalkan sikap keras. Atas dasar itu maka dapat dikatakan bahwa istilah *Qaulan layyinan* mempunyai arti perkataan yang lembut, suara yang merdu, sikap ramah, dan tingkah laku yang menyenangkan dalam mewartakan agama Allah. Dengan *Qaulan Layyinan*, pihak komunikan akan merasa tergerak hatinya, terharu jiwanya dan tenang rasanya, selanjutnya mengikuti seruan dakwah para *Da’i*.

b. *Qaulan Kariman* (Perkataan yang Mulia)

Dari segi bahasa, *kariman* bermakna luhur, terhormat, mulia. Kata-kata luhur adalah narasi yang disampaikan oleh komunikator dengan memberikan penghargaan dan rasa hormat kepada lawan bicara atau komunikator. Dalam Al- Qur'an kata *Qaulan karima* termaktub pada surat al-Isra' (17): 23

﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَيْهِمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا تُنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ۝﴾

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik pada ibu bapak. Jika salah seorang di antara keduanya atau keduanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah engkau membentak keduanya, dan ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang mulia.”

Qaulan karima atau kata-kata yang mulia dan luhur, disertai dengan sikap hormat, memuliakan, meninggikan, dan penuh dengan sopan santun. Dalam ayat tersebut mengindikasikan adanya kewajiban seseorang jika berbicara dengan orang tua hendaknya dengan penuh rasa hormat. Rangkaian kata dan kalimat yang keluar juga harus teratur dan mulia. Konteks ayat ini sangat baik diimplementasikan saat seorang *Da'i* menyampaikan dakwahnya di hadapan *mad'u* dengan rasa hormat dan perkataan yang mulia terlebih berhadapan dengan pejabat, akademisi, aparatur negara dll. Dalam perspektif komunikasi interpersonal *Qaulan karima* dapat diinterpretasikan dengan menggunakan ungkapan halus, santun, sopan, tidak vulgar sesuai dengan penggunaan bahasa yang baik.

Dalam perspektif komunikasi dakwah Nabi Musa memperlakukan komunikannya dengan cara terhormat dan hal ini bisa dilihat pada kisahnya saat bertemu dengan gadis yang membutuhkan air dari sumur yang tertutup, juga saat berkomunikasi dalam dialognya yang argumentatif dengan Fir'aun. *Qaulan karima* berarti cenderung menekankan pada pendekatan akhlak mulia berdasarkan kesopanan, kesantunan dan kelembutan. Mengungkapkan kalimat yang baik, bijak, penuh hikmah, tanpa bersifat menggurui atau kata-kata kasar penuh amarah sehingga menyinggung komunikan yang lebih dewasa atau mempunyai kedudukan terhormat di masyarakat.

c. *Qaulan Ma'rufan* (Perkataan yang Baik)

Dalam sudut pandang bahasa, *ma'ruf* artinya baik, sopan dan tetap santun. Di dalam Al-Qur'an kata *Qaulan ma'rufan* termaktub pada empat tempat, tepatnya pada Surah Al- Baqarah ayat 235 dan 263, An-Nisa' ayat 5, Al-Ahzab ayat 32.

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok

kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.”

Dalam pandangan Quraish Shihab *ma'rufa* artinya baik dan bisa diterima sesuai dengan nilai-nilai yang berjalan pada suatu komunitas masyarakat. Jika dijabarkan lebih jauh, *Qaulan ma'rufa* mempunyai arti yang lebih luas, antara lain ungkapan yang layak, santun, menggunakan sindiran (yang tidak kasar), tidak menyakiti atau menyinggung, bermanfaat, menimbulkan rasa tenang, damai. Bagi penonton yang mendengarnya. Menurut pandangan Jalaludin Rahmat *Qaulan ma'rufa* merupakan perkataan yang baik. Allah menggunakan ungkapan ini Ketika berbicara tentang kewajiban orang kaya raya atau berkuasa terhadap orang miskin atau lemah.

Jika dicermati, beberapa ayat yang berkorelasi dengan *Qaulan ma'rufan* umumnya memberikan gambaran cara berinteraksi dan berkomunikasi yang baik terhadap komunikan. Pertama, Komunikator yang mempunyai kekuatan atau kuasa terhadap pihak yang lemah seperti anak yatim, fakir miskin dan sebagainya. Kedua, Anak yang masih mengandalkan sikap emosi dibandingkan pikiran. Ketiga, perempuan, bertujuan untuk menghindari dan mencegah perkataan lemah lembut yang berdampak timbulnya fitnah.

Dalam perspektif dakwah persuasif kontemporer, *Qaulan ma'rufan* dapat diartikan penyampaian materi dakwah yang dilakukan dengan pendekatan sesuai pada budaya setempat, sesuatu yang telah dianggap baik oleh masyarakat dan jika mengkritiknya dilakukan dengan bertahap dan menggunakan pendekatan sesuai dengan adat istiadat setempat.

d. *Qaulan Sadidan* (Perkataan yang Benar)

Dalam bahasa Arab *sadid* artinya benar dan tepat 12. *Qaulan Sadidan* berarti benar, tepat, jujur, dan tidak berbohong.

Kata *Qaulan sadidan* termaktub sebanyak dua kali dalam Al-Qur'an. Pertama, dalam surat al-Nisa' ayat 9,

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”

Dalam ayat tersebut dijelaskan sesungguhnya Allah SWT memerintahkan manusia untuk menyampaikan *Qaulan sadidan* dalam urusan anak yatim, yang hakikatnya berbeda dengan anak kandung, sehingga memerlukan sikap yang lebih hati-hati dan memilih ungkapan yang bijak, bahkan jika diberi teguran tidak menimbulkan akibat buruk dan kegundahan di hati dan perasaan mereka.

Sekalipun menegur anak yatim hendaknya dilakukan dengan teguran yang bertujuan memperbaiki kesalahan dan membinaanya. Kedua, termaktub pada surat al-Ahzab ayat 70. Pada ayat ini Allah menempatkan kata *Qaulan sadidan* sesudah kata takwa. Sebagaimana firman-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”

Benar disini dapat dilihat dari sisi substansi (baik materi maupun isi pesan) atau redaksi. Dari segi substansi, yaitu komunikator/juru dakwah seharusnya memberikan informasi tentang sesuatu yang benar, faktual, tidak *hoaks*, kebohongan, rekayasa atau manipulasi fakta. *Qaulan sadida* dapat diartikan dengan pemilihan kata yang tepat bagi para *Da'i* mengindikasikan kedalaman ilmu pengetahuan para *Da'i* serta kedalaman pemahamannya terhadap kondisi medan dakwah, tingkatan *mad'u*

yang beraneka ragam dalam hal edukasi, bahasa, adat-istiadat, dan sebagainya.

Dalam menafsirkan ayat ini, Thahir Ibnu Asyur, menekankan pada kata qaul atau ucapan, dalam pandangannya merupakan pintu yang sangat luas, berhubungan dengan sesuatu yang baik ataupun buruk. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya hadits yang mengutamakan pentingnya memperhatikan lisan dan ucapan. Dan Allah swt. memberikan rahmat kepada orang yang mengucapkan kata-kata yang baik sehingga ia memperoleh keselamatan.” Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah dia mengucapkan kata-kata yang baik atau diam. Begitu juga dengan pendapat Ibnu Asyur yang mengemukakan tiga hadits Nabi SAW. dan yang selanjutnya menyatakan bahwa “perkataan yang benar” itu antara lain perkataan para nabi, perkataan para ulama, dan penyampai hikmah. Ini termasuk pembaca Alquran, takbir, tahmid, adzan, iqamah dan seterusnya.

Dalam konteks komunikasi dakwah, *Qaulan sadidan* mengajarkan manusia untuk memperbaiki perkataannya, berusaha mengucapkan kata-kata yang baik dalam setiap perkataannya. Bahasa yang diucapkan adalah bahasa yang baik, pesan yang disampaikan adalah kebenaran berdasarkan fakta dan kenyataan. Untaian kata yang terucap dari lisannya memiliki bobot nilai berdasarkan ilmu pengetahuan, bukan omong kosong belaka. Di antara contoh dari *Qaulan sadidan* adalah mengucapkan kata yang benar dan sebenarnya tanpa boleh berbohong. Karena berbohong dapat menimbulkan dampak negatif dan merugikan berbagai pihak. Dalam proses sejarah perjalanan hidup manusia, senantiasa teriring dengan kebohongan dan seperti halnya ini tidaklah dapat dipisahkan. Bahkan sejak zaman Nabi Muhammad, kebohongan sudah merasuk ke dalam berbagai riwayat hadits nabi. Padahal, hadits merupakan salah satu landasan hukum Islam setelah

Alquran. Dan memalsukannya sama dengan memalsukan ajaran Islam, termasuk di dalamnya syariat Islam. Namun, kebohongan tidak akan pernah masuk ke dalam kumpulan ayat-ayat Alquran, karena otentitas Al-qur'an telah dijamin oleh Allah sepanjang masa.

e. ***Qaulan Maysura* (Perkataan yang Ringan)**

Secara kebahasaan, kata *Maysura* berasal dari kata Yasara yang berarti mudah atau gampang. Jika kata digandengkan dengan kata *Qaulan*, yaitu *Qaulan maysura* berarti perkataan yang mudah dengan pengertian tutur kalimat yang diucapkan dapat dengan mudah dimengerti, dicerna dan dipahami dengan baik oleh komunikan. Adapun dakwah dengan *Qaulan maysura* adalah proses penyampaian pesan dilakukan dengan menggunakan tutur kata yang sederhana, mudah dimengerti dan dapat dipahami secara spontan oleh komunikan tanpa harus banyak berpikir tentang maksud yang diungkapkan oleh komunikator.¹⁵ Kalimat *Qaulan Maysura* disebutkan dalam surah al-Isra' (17) ayat 28 yakni:

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

“Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.”

Pada ayat tersebut terdapat asbabun-nuzul (kronologi turunnya ayat). Dimana Allah memberi materi pendidikan dan peringatan kepada Rasulullah SAW. untuk bersikap lemah lembut terhadap sahabat miskin yang memohon diberikan sebuah kendaraan yang akan dipergunakan untuk berjihad di jalan Allah. Pada saat itu Rasulullah SAW menolak permohonan tersebut. Kemudian Allah memberikan teguran kepada Rasulullah SAW melalui ayat ini.

Komunikator yang baik adalah komunikator yang mampu memahami bagaimana menunjukkan jati dirinya dengan sikap yang menyenangkan dan membahagiakan orang lain. Agar bisa mencapai hal tersebut, setidaknya mempunyai rasa simpati dan empati. Simpati dan empati ini dapat dilakukan dengan cara menempatkan diri secara mental pada posisi orang lain. Kedua sikap tersebut meskipun penting tetapi masih relatif abstrak dan tersembunyi. Teknik mewujudkannya secara mudah dan sederhana bisa dilakukan dengan cara menyampaikan pesan secara komunikatif, bijak dan menyenangkan.

f. *Qaulan Balighan* (Perkataan yang Membekas Pada Jiwa)

Kalimat *Qaulan Balighan* termaktub hanya sekali dalam Al-Qur'an tepatnya pada surah An-Nisa (4) ayat 63. Allah SWT berfirman:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ
لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

“Mereka itu adalah orang-orang yang (sesungguhnya) Allah mengetahui apa yang di dalam hatinya. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka dan berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya”.

Pada redaksi ayat tersebut digunakan arti perkataan yang membekas pada jiwa. Pengertian ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh Ibnu Katsir *balighan* berarti perkataan yang membekas dalam jiwa. Kata *baligh* juga memiliki makna lain yaitu fasih, misalnya dalam kata khatib *baligh* artinya adalah seorang ahli ceramah yang fasih dan lugas dalam menyampaikan pesannya, *baligh* dapat diartikan juga kuat atau sampai. Kata *baligh* apabila disandingkan dengan kata *qaul* (ucapan) “*Qaulan Balighan*” maksudnya fasih, jelas maknanya, tepat pengungkapannya dan jelas apa yang dimaksud dan dikehendaki.

Dalam pendapatnya Jalaluddin Rahmat mengungkapkan *Qaulan Balighan* dapat dijabarkan dalam dua pengertian. Pertama, *Qaulan Balighan* dimaknai seorang juru dakwah yang menyelaraskan sikap tutur katanya dengan kondisi sifat-sifat audience yang sesuai dengan "*frame of reference and field experience*." Kedua, *Qaulan Balighan* dimaknai saat juru dakwah menggapai audiens pada pemikiran dan kalbunya secara bersamaan.

Lebih luas lagi pengertian *Qaulan Balighan* dapat diartikan dengan mengungkapkan dengan tutur kata yang komunikatif, mudah dimengerti, langsung pada permasalahan (*straight to the point*), simpel dan singkat. Dalam tujuan supaya komunikasi bisa tepat sasaran, maka pesan yang disampaikan selayaknya disesuaikan dengan tingkat intelektualitas audiens dan tentunya dengan memakai bahasa yang dapat dengan mudah dimengerti oleh khalayak.

Qaulan Balighan perkataan yang membekas dalam jiwa, perkataan yang tidak berbelit-belit. Seorang yang mampu menyampaikan kata-kata dengan baik dinamakan baligh. Demikian juga mubaligh adalah seorang yang menyampaikan berita yang cukup kepada orang lain dengan baik. Dalam komunikasi dakwah, ungkapan *Qaulan Balighan* bisa dipahami sebagai perkataan atau pesan komunikator untuk menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya. Dalam konteks kisah Nabi Musa, argumentasi rasional yang disampaikan kepada Fir'aun sesuai dengan tingginya kadar keilmuan Fir'aun dan Masyarakat pembesar kerajaan Mesir saat itu dalam bidang astronomi, perbintangan, pertanian dan lain-lain.

B. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau petukaran pikiran. Jadi, secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan). Proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam suatu proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikator mengirimkan pesan/informasi kepada komunikan sebagai sarana komunikasi (Suprpto, 2009: 5).

Adapun beberapa definisi komunikasi dari pakar, sebagai berikut: (Suprpto, 2009: 5-6)

- a. Komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakna apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa (*laswell*)
- b. Komunikasi merupakan rangkaian proses pengalihan informasi dari satu orang kepada orang lain dengan maksud tertentu.
- c. Komunikasi adalah proses yang melibatkan seseorang untuk menggunakan tanda-tanda (alamiah atau universal berupa simbol-simbol berdasarkan perjanjian manusia) verbal atau nonverbal yang disadari atau tidak disadari yang bertujuan untuk memengaruhi sikap orang lain.
- d. Komunikasi adalah proses dimana seorang individu atau komunikator mengoperkan stimulant biasanya dengan lambang-lambang bahasa (*verbal maupun nonverbal*) untuk mengubah tingkah laku orang lain. (Carl I. Hovland)

- e. Komunikasi adalah penyebaran informasi, ide-ide sebagai sikap atau emosi dari seseorang kepada orang lain terutama melalui simbo-simbol (Theodorson dan Theodorson).
- f. Komunikasi adalah seni menyampaikan informasi, ide dan sikap seseorang kepada orang lain (Edwin Emery).
- g. Komunikasi adalah suatu proses interaksi yang mempunyai arti antara sesama manusia (Delton E, Mc Farland).
- h. Komunikasi adalah proses sosial, dalam arti pelepasan pesan/lambang yang mana mau tidak mau akan menumbuhkan pengaruh pada semua proses dan berakibat pada bentuk perilaku manusia dan adat kebiasaan (William Albright).
- i. Komunikasi berarti suatu mekanisme suatu hubungan antar manusia dilakukan dengan mengartikan simbol secara isian dan membacanya melalui ruang dan menyimpan dalam waktu (Charles H. Cooley).
- j. Komunikasi merupakan proses pengalihan suatu maksud dari sumber kepada penerima, proses tersebut merupakan suatu seri aktifitas, rangkaian atau tahap-tahap yang memudahkan peralihan maksud tersebut (A. Winnet).
- k. Komunikasi merupakan interaksi antar pribadi yang menggunakan system simbol linguistik, seperti system simbol verbal (kata-kata) dan non verbal. System ini dapat disosialisasikan secara langsung atau tatap muka, melalui media lain (tulisan, oral dan visual) (Karlfrid Knapp).

Dari beberapa defenisi tersebut, maka dapat kita golongan ada tiga pengertian utama komunikasi, yaitu pengertian secara etimologis, terminologis, dan paradigmatic (Suprpto, 2009: 7).

- a. Secara etimologis, komunikasi dipelajari menurut asal usul kata, yaitu komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* yang berarti sama makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan.
- b. Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang pada orang lain.

- c. Secara paradigmatik, komunikasi berarti pola yang meliputi sejumlah komponen suatu tujuan tertentu.

2. Syarat Komunikasi

- a. Sumber (*Source*) yaitu asal atau dasar dalam penyampaian informasi/pesan yang bertujuan untuk memperkuat isi pesan tersebut. Terdapat beberapa sumber komunikasi, yaitu: surat kabar, buku, lembaga, pendapat dari tenaga ahli, mengunduh informasi dari jejaring seperti google, jurnal internasional yang terpublikasi dan sebagainya.
- b. Komunikator, yaitu perantara yang menyampaikan pesan (penyampai pesan/informasi) kepada pihak lain. Penyampai informasi ini dapat di ampu oleh individu atau kelompok yang dapat bertindak sebagai penulis, pembicara, blogger, atau organisasi komunikasi (radio, TV, surat kabar, majalah, media sosial, dan lain-lain).
- c. Komunikan, yaitu pihak yang menerima pesan atau informasi yang berasal dari komunikator. Pelaku penerima informasi ini bisa seorang individu, kelompok, maupun organisasi.
- d. Pesan, yaitu semua informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan bertujuan dapat memberikan pengaruh, mengubah sikap dan perilaku orang, kelompok atau organisasi lainnya. Komunikasi yang baik adalah yang memiliki pesan untuk diterima oleh pihak lain yang berkaitan.
- e. Saluran, yaitu media yang dimanfaatkan komunikator sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada pihak lain.
- f. Efek (*Effect*), yaitu tahap akhir dari komunikasi yang berbentuk perubahan perilaku dan sikap dari komunikan baik individu maupun kelompok. Perubahan yang terjadi dapat sesuai atau tidak sesuai dengan harapan komunikator (Koesomowidjojo, 2021: 3-4).

3. Model Komunikasi

- a. Model Komunikasi Intrapribadi Barlund

Model komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) pertama kali dikemukakan oleh Dean C. Barlund. Ia adalah seseorang

ahli komunikasi yang berasal dari Amerika Serikat. Komunikasi intrapribadi merupakan proses pengolahan dan penyusunan informasi melalui system syaraf yang ada di dalam otak kita, yang disebabkan oleh stimulus yang ditangkap oleh panca indra. Proses berpikir adalah bagian dari proses komunikasi yang terjadi dialam diri individu.

b. Model Komunikasi Antar Pribadi Barlund

Model komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) yang dikemukakan oleh Dean C. Barlund, pada dasarnya merupakan kelanjutan dari komunikasi intrapribadi. Unsur-unsur tambahan didalam proses komunikasi antarpribadi adalah pesan dan isyarat perilaku verbal. Dengan demikian pola dan bentuk komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih sangat dipengaruhi oleh hasil komunikasi intrapribadi masing-masing orang.

c. Model Stimulus Respons

Model *stimulus-Respons* (S-R) adalah model komunikasi yang paling mendasar dan sederhana. Model ini mengingatkan kita bahwa apabila ada aksi maka timbul reaksi.

d. Model Matematika Shannon dan Weaver

Pada tahun 1949, Shannon dan Weaver, didalam buku *The Mathematical Theory Of Communication* menulis tentang model awal komunikasi. Model matematika ini sangat berpengaruh terhadap model-model dan teori komunikasi berikutnya. Model Shannon dan Weaver mengamsusikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan. Pemancar mengubah pesan menjadi *signal* yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran adalah medium yang digunakan untuk mengirim *signal* dari pemancar ke penerima. Adapun sasaran adalah orang yang menjadi tujuan penyampaian pesan.

Suatu konsep yang penting dari model Shannon dan Weaver ini adalah gangguan, yakni setiap stimulus tambahan dan yang tidak dikehendaki dapat mengganggu kecermatan pesan. Gangguan-gangguan ini dapat menyebabkan kegagalan komunikasi.

e. Model Komunikasi Laswell

Model komunikasi Laswell merupakan ungkapan verbal, yaitu unsur sumber (*who*) mengundang pertanyaan mengenai pengendalian pesan. Unsur pesan (*says what*) merupakan bahan untuk analisis isi. Saluran komunikasi (*in which channel*) menarik untuk mengkaji mengenai analisis media. Unsur penerima (*to whom*) banyak digunakan untuk studi analisis khalayak. Unsur pengaruh (*with what effect*) berhubungan erat dengan kajian mengenai efek pesan pada khalayak. Oleh karena itu, model komunikasi Laswell ini banyak diterapkan dalam komunikasi massa.

f. Model Sirkuler Osgood dan Schramm

Model *Sirkuler Osgood dan Schramm* ini menggambarkan suatu proses yang dinamis. Pesan ditransmisikan melalui proses *encoding* dan *decoding*. Hubungan antara *encoding* dan *decoding* layaknya sumber (*encoder*)-penerima (*decoder*) yang saling mempengaruhi satu sama lain. Namun, pada tahap berikutnya penerima (*encoder*) dan sumber (*decoder*), *Intepreter* berfungsi ganda sebagai pengirim dan penerima pesan. Patut dicatat bahwa model ini menempatkan sumber dan penerima mempunyai kedudukan yang sederajat.

g. Model Melvin Defleur

Model Defleur merupakan model proses komunikasi massa yang dikembangkan dari proses komunikasi antarpribadi. Model ini merupakan perluasan dari model Shannon dan Weaver dengan memasukkan unsur piranti media massa (*mass medium device*) dan piranti umpan balik (*feedback device*). Digambarkan bahwa sumber (*source*), pemancar (*transmitter*), penerima (*receiver*) dan sasaran (*destination*) merupakan tahapan-tahapan yang terpisah dalam proses komunikasi massa.

4. Proses Komunikasi

a. Proses Komunikasi Secara Primer

Suatu proses penyampain pikiran ide atau gagasan seseorang komunikator kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai saluran atau media) (Effendy, 2017). Simbol dalam komunikasi primer yaitu bahasa, gestur, isyarat, gambar dan warna yang secara langsung mampu menterjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Dalam proses komunikasi primer bahasa sesuatu yang paling sering digunakan. Akan tetapi tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat menggambarkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Menurut (Schramm & Robert, 1971) menyatakan bahwa sebuah komunikasi dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan komunikator sesuai dengan kerangka acuan (*frame or reference*), yakni panduan pengalaman dan pemahaman (*collection of experiences dan meanings*) yang pernah diperoleh komunikan. Menurutnya bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan factor penting dalam komunikasi. Jika pengalaman antara komunikator dan komunikan memiliki kesamaan maka komunikasi dapat berjalan lancar dan efektif. (Dyatmika, 2021:16)

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses penyampaian sebuah pesan oleh seorang komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua seperti telepon, *smartphone*, televisi, film, Koran, radio. Peranan media (sekunder) sangat penting dalam proses komunikasi dalam jumlah yang besar. Akan tetapi peranan media (skunder) hanya efektif dan efesien dalam penyebaran pesan informatif. Jika hanya pesannya persuasif akan lebih efektif dan efesien apabila menggunakan tatap muka. (Dyatmika, 2021: 17)

5. Fungsi Komunikasi

a. Komunikasi Sosial

Komunikasi menjadi satu hal yang penting dalam membangun sebuah konsep diri seorang, untuk melanjutkan kelangsungan hidup, agar memperoleh kebahagiaan, serta terhindar dari berbagai macam tekanan dan ketegangan. Secara implisit fungsi komunikasi sosial adalah fungsi komunikasi kultural. Dimana budaya menjadi suatu bagian dari sebuah perilaku komunikasi dan selanjutnya komunikasi nantinya menentukan, melanjutkan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. Menurut Edward T Hall dalam (Mulyana, 2010) "Budaya adalah komunikasi" dan "Komunikasi adalah budaya". Komunikasi merupakan sebuah cara untuk mensosialisasikan norma dan budaya yang ada dalam masyarakat, baik secara horizontal dimana sosialisasi dilakukan dari suatu masyarakat ke masyarakat lainnya ataupun secara vertical dimana budaya di sosialisasikan dari generasi ke generasi lainnya.

b. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak memiliki tujuan langsung dalam mempengaruhi orang lain, tetapi bisa juga digunakan untuk mempengaruhi orang lain jika komunikasi dilakukan sebagai instrument untuk menyampaikan rasa emosional seseorang kepada orang lain. Penyampain rasa emosional ini seringkali dilakukan dengan menggunakan komunikasi *non verbal*. Komunikasi ekspresif ini juga biasanya menggunakan karya seni bisa menggunakan puisi maupun lagu dalam mengkomunikasikan emosi seseorang kepada orang lain, baik itu emosi bahagia maupun dalam kesedihan.

c. Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual adalah komunikasi yang bisa terjadi dalam sebuah kebudayaan tertentu atau kelompok tertentu. Komunikasi ritual akan sangat sulit dipahami oleh orang-orang yang berada dalam kebudayaan tersebut atau dalam kelompok tersebut. Hanya kelompok yang ada di dalam lah yang paham akan komunikasi ritual yang sedang terjadi. Salah satu contoh komunikasi ritual yaitu komunikasi yang

terjadi dalam ritual pernikahan orang Jawa ada sungkeman, lembur bunga, menginjak telur, siraman dan lainnya. Bagi orang yang berada dalam kelompok ini pasti akan bertanya-tanya berkaitan dengan serangkaian kegiatan tersebut dalam sebuah pernikahan. Tetapi bagi orang Jawa ritual tersebut memiliki arti yang sangat penting dan mendalam. Bagi masyarakat Eropa jelas ini menjadi aneh karena mereka tidak berada dalam kebudayaan atau kelompok yang menjalankannya. Akan tetapi bagi kebudayaan Indonesia ini menjadi sesuatu yang sangat penting.

d. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental memiliki empat tujuan utama. *Pertama*, menginformasikan, yaitu untuk memberitahu atau menerangkan informasi pada orang lain (*to inform*). *Kedua*, memberikan pelajaran kepada orang lain atau penerima pesan. *Ketiga*, mempengaruhi dan mengubah perilaku. *Keempat*, menghibur.

6. Teknik Komunikasi

Setiap komunikasi yang dilakukan oleh seseorang, tentunya memiliki teknik tersendiri sebagai penyampaian pesan atau informasi kepada seseorang atau sejumlah orang mengenai hal-hal yang baru diketahuinya, teknik dapat dikatakan sebagai pendekatan secara sederhana tentang kenyataan yang ada, berikut ini teknik-teknik komunikasi yang dipahami secara literatur, terdapat berbagai macam berikut menurut Uhjana Effendy.

a. Teknik komunikasi informatif

Teknik komunikasi informatif merupakan suatu keterampilan berkomunikasi dengan menyampaikan berbagai tanda informasi baik yang bersifat verbal maupun yang bersifat non verbal. Dengan demikian komunikasi informatif adalah suatu teknik penyampaian pesan atau informasi kepada seseorang atau sejumlah orang mengenai hal-hal yang baru diketahuinya. Menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat tentang perubahan dalam lingkup luas, untuk memusatkan perhatian

kepada kebutuhan perubahan yang memberikan perubahan dan dapat menyiapkan sarana perubahan. Dengan melalui informasi, masyarakat mengambil sesuatu yang bermanfaat dari adanya perubahan sosial melalui media yang dibawakannya.

b. Teknik komunikasi persuasif

Teknik komunikasi persuasif merupakan cara menyampaikan pesan kepada seseorang dengan memperhatikan aspek psikologis, cara ini mendasarkan pada kesadaran pribadi dan menjauhi adanya paksaan. Dengan demikian komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator dengan pendekatan yang lembut dan memotivasi. Efektivitas persuasif bergantung dalam keberhasilan proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator.

c. Teknik Komunikasi Pervasif

Teknik komunikasi pervasif adalah cara menyampaikan pesan dengan berulang-ulang, sehingga membentuk alam bawah sadar timbulnya rasa memperoleh pemahaman dari apa yang disampaikan oleh komunikator, dengan pesan tersebut maka akan memperoleh pemahaman yang akurat dari informasi yang berulang-ulang. Maka seseorang tersebut mampu mengingat secara terus-menerus dari komunikasi yang diperoleh sudah menempel dan meresap pada otak atau pikirannya.

d. Teknik Komunikasi Koersif

Teknik komunikasi koersif merupakan lawan dari teknik komunikasi persuasive, yakni menyampaikan pesan komunikasi pada seseorang dengan cara memaksa untuk berbuat apa yang diinginkan oleh komunikator agar menimbulkan rasa ketakutan dan rasa tunduk serta patuh. Dalam komunikasi ini seseorang dipaksa untuk beriap untuk menerima adanya perubahan yang membawa efek positif dan negative. Komunikasi koersif biasanya dilakukan oleh seseorang atau

lembaga yang mempunyai kekuasaan atau kewenangan dalam komunikasi.

e. Teknik Komunikasi Instruktif

Teknik komunikasi instruktif merupakan penyampaian pesan komunikasi dengan dikemas dengan sedemikian rupa sehingga pesan itu dipahami sebagai perintah yang dilaksanakan. Dapat dipahami bahwa instruktif adalah suatu perintah yang bersifat mengancam. Akan tetapi maksud ancaman disini mengandung arti pesan yang dapat menjadikan seseorang tersebut untuk memenuhi perintahnya, apabila tidak dilakukan akan membawa efek buruk bagi kehidupan.

f. Teknik Hubungan Manusiawi (*Human Relations*)

Teknik hubungan manusiawi ini merupakan sekumpulan informasi yang dapat disampaikan secara tatap muka untuk mengubah sikap, perilaku dan kehidupan sehingga manusia merasa puas didalam hatinya. Jenis ini jika dikaitkan dengan dakwah maka akan menimbulkan kedekatan dengan *mad'u* sebagai pendukung jalannya dakwah. Kemudian diharapkan dapat menyebarluaskan pada masyarakat atau para jamaahnya dengan caranya sendiri.

C. Zakat

1. Pengertian Zakat

Ditinjau dari segi bahasa, kata *zakat* mempunyai beberapa arti, yaitu *al-barakatu* 'keberkahan', *al-namaa* 'pertumbuhan dan perkembangan', *ath-tharatu* 'kesucian', dan *ash-shalahu* 'keberesan'. Sedangkan secara istilah, meskipun para ulama mengemukakannya dengan redaksi yang agak berbeda antara satu dan lainnya, akan tetapi pada prinsipnya sama, yaitu bahwa zakat itu adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya, untuk diserahkan kepada pemiliknya, untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula. Hubungan antara pengertian zakat menurut bahasa dan dengan pengertian menurut istilah, sangat nyata dan erat sekali, yaitu bahwa harta yang

dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah, tumbuh, berkembang, bertambah, suci dan beres (baik). Hal ini sebagaimana dinyatakan dalam surah at-Taubah:103 dan surah ar-Rum: 39.

Dipergunakannya kata tersebut dengan maksud zakat, hemat penulis karena memiliki kaitan yang sangat kuat dengan zakat. Zakat disebut infak (at-Taubah:34) karena karena zakat itu hakikatnya adalah penyerahan harta untuk kebajikan-kebajikan yang diperintakn Allah SWT. Disebut sedekah (at-Taubah: 60 dan 103) karena memang salah satu tujuan utama zakat adalah untuk mendekatkan diri (*taqarrub*) kepada Allah SWT. Zakat disebut hak, oleh karena zakat itu merupakan ketetapan yang bersifat pasti dari Allah SWT yang harus diberikan kepada mereka yang berhak menerimanya (mustahik). (Didin hafidhuddin,2002: 7).

a. Pengertian Zakat Menurut Ulama

Istilah zakat secara etimologis berasal dari kata *zakat* yang memiliki arti suci (*al-baraakatu*), tumbuh dan berkembang (*al-namaa*), serta beres atau baik (*as-salahu*). Makna ini menyiratkan bahwa harta yang telah dikeluarkan zakatnya akan menjadi suci, berkag, tumbuh, berkembang, dan terpelihara dari kebiasaan. Secara terminologis, zakat adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu dari Allah SWT kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya dengan persyaratan tertentu. Selain itu, zakat secara terminology dapat diartikan juga sebagai pemberian suatu yang wajib diberikan dari sekumpulan harta tertentu yang berhak menerimanya. Al-mawardi menyatakan bahwa zakat adalah penyebutan untuk pengambila sesuatu yang tertentu dari harta tertentu menurut sifat-sifat tertentu untuk diberikan kepada golongan tertentu. Al-syaukani menjelaskan bahwa zakat adalah memberikan suatu bagian dari harta yang sudah sampai nisabnya kepada orang fakir dan lain-lainnya tanpa ada halangan syariat yang melarang kita melakukannya. Menurut Sayyid Sabiq, zakat ialah nama atau sebutan dari hak Allah SWT yang dikeluarkan kepada fakir miskin (Harahab, 2024: 20)

b. Pengertian Zakat Menurut Peraturan Perundang–undangan

Dalam Pasal 1 angka 2 UU Zakat 2011 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan bagi seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat islam. Badan usaha dalam ketentuan tersebut adalah badan usaha yang dimiliki orang islam yang meliputi badan usaha yang tidak berbadan hukum seperti firma dan yang berbadan hukum seperti perseruan terbatas (Harahab, 2024: 21).

2. Jenis-jenis Zakat

a. Zakat Fitrah

Syariat islam yang mengajarkan bahwa umat islam diwajibkan mengeluarkan *zakat fitrah*, disamping zakat mal. Zakat mal merupakan pajak pada harta, sedangkan zakat fitrah merupakan pajak dari masing-masing pribadi. Zakat fitrah adalah sejumlah makanan pokok yang dikeluarkan setiap orang islam dan bagi orang-orang yang ditanggungnya pada bulan ramadhan yang diberikan kepada yang berhak menerimanya. Berdasarkan pengertian tersebut, zakat fitrah harus dikeluarkan oleh setiap orang muslim baik laki-laki ataupun perempuan, besar atau kecil, tua atau muda, serta kaya atau miskin di bulan Ramadhan sampai menjelang Idul Fitri. Zakat fitrah adalah zakat yang berfungsi mengembalikan manusia kepada fitrahnya artinya mensucikan diri mereka dari segala kekotoran yang disebabkan oleh pergaulan dan sebagainya yang menyebabkan manusia jauh dari fitrahnya.

Zakat fitrah hukumnya wajib ditunaikan oleh setiap umat islam. Hal tersebut didasarkan pada hadis yang diriwayatkan Abdullah bin Umar yang menyatakan bahwa Rasulullah SAW mewajibkan mengeluarkan zakat fitrah pada bulan ramadhan sebanyak satu *sha'* kurma atau satu *sha'* terhadap budak, orang merdeka, laki-laki, perempuan, anak kecil dan orang dewasa dari kaum muslimin (*Muttafaq Alaih*). Hikmah disyariatkannya zakat fitrahialah untuk

membersihkan jiwa orang yang berpuasa dari apa saja yang melekat padanya akibat hal-hal yang tidak berguna, kata-kata kotor, serta untuk menyejahterakan orang-orang fakir dan orang-orang miskin sehingga tidak meminta-minta pada hari Idul Fitri. Hal ini didasarkan pada hadis yang diriwayatkan oleh Abdullah bin Al-Abbas yang menyatakan bahwa Rasulullah SAW mewajibkan zakat fitrah untuk membersihkan orang yang berpuasa dari hal-hal yang tidak bermanfaat, kata-kata kotor, dan memberi makan orang-orang miskin (HR. Abu Daud dan Ibnu Majah).

Jumhur ulama berpendapat bahwa nisab tidak disyaratkan pada zakat fitrah. Mereka menyatakan bahwa persyaratan penunaian kewajiban menunaikan zakat fitrah hanyalah meliputi dua hal, yaitu islam serta memiliki kelebihan makanan pokok bagi dirinya dan orang yang menjadi tanggung jawab nafkahnya pada hari raya dan malam hari raya. Berdasarkan hadis yang disebutkan sebelumnya, pembayaran zakt fitrah adalah dengan gandum atau kurma. Apakah ketemtuan ini bersifat mutlak? Jumhur ulama berpendapat bahwa jenis makanan dalam pelaksanaan zakat fitrah tidak harus dengan gandum atau kurma. Zakat fitrah dapat berupa makanan pokok negeri yang bersangkutan. Maksud dari makanan pokok disini ialah makanan yang dimakan pada waktu pagi dan petang, baik pada masa subur maupun pada masa sulit, bukan yang dimakan pada waktu sulit saja. Hal ini didasarkan pada alasan bahwa jenis makanan sebagaimana yang disebutkan dalam hadis di atas bukan bersifat *ta'abbudi*.

Besarnya zakat fitrah ialah satu *sha'* dan satu *sha'* empat genggam dua telapak tangan dan dikeluarkan dari makanan pokok daerah sretempat, seperti gandum, kurma, beras, susu kerimg, dan sebagainya. Hal ini didasarkan pada apa yang diriwayatkan oleh Abu Sa'id al-Khudri yang menyatakan bahwa Rasulullah SAW ketika bersama kami, kami keluarkan zakat fitrah untuk anak kecil, orang dewasa, orang merdeka, dan budak sebesar satu *sha'* makanan, atau

susu kering, gandum, kurma, atau anggur kering (*Muttafaq Alaih*). Pada zaman sekarang, ada kecenderungan untuk membayar zakat fitrah dalam bentuk uang. Apakah zakat fitrah dalam bentuk uang dapat dibenarkan? Menurut Imam Maliki, Imam Syafi’I, dan Imam Hambali, uang tidak diperkenankan untuk digunakan sebagai zakat fitrah. Hal ini senada dengan apa yang dikemukakan oleh Abu Bakar Jabir Al-Jazairi bahwa zakat fitrah wajib dikeluarkan dari jenis makanan dan tidak boleh diganti dengan uang, kecuali untuk kondisi darurat. Sebab, tidak ada dalil dari Rasulullah SAW yang menyatakan bahwa beliau membayar zakat fitrah dengan uang sebagai ganti makanan serta tidak ada dalil yang menjelaskan para sahabat mengeluarkan zakat dengan uang.

Hal ini berbeda dengan pendapat Abu Hanifah dan Imam al-Tsuri yang menyatakan bahwa pembayaran zakat dengan mengeluarkan harganya (uang) diperbolehkan. Dasar dari pendapat ini yaitu pemberian zakat fitrah dengan uang lebih mudah di zaman sekarang ini, terutama dilingkungan negara industry ketika orang-orang tidaklah bermuamalah kecuali dengan uang. Hal senada dikemukakan oleh Mohammad Hasyim Kamali yang memperbolehkan pembayaran zakat fitrah dengan uang tunai. Dengan pendekatan *maqashid*, beliau menyatakan bahwa pembayaran zakat fitrah dengan uang tunai diperbolehkan dan tidak harus dengan makanan pokok. Sebab, keduanya memiliki makna yang sama, yakni sama-sama memenuhi kebutuhan fakir miskin.

Menyikapi perbedaan pendapat menyangkut wujud pembayaran zakat fitrah tersebut, Yusuf Qardhawi mengambil jalan tengah. Beliau menyatakan bahwa wujud pembayaran zakat fitrah tersebut tergantung pada kemanfaatan si fakir. Apabila makanan lebih manfaat baginya, pemberian zakat fitrah dalam bentuk makanan akan lebih diutamakan, misalnya dengan keadaan panceklik dan kelaparan. Namun, apabila dengan uang lebih banyak manfaatnya bagi si fakir,

maka pemberian zakat fitrah dengan uang akan lebih diutamakan. Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, yaitu Permenag No. 52 Tahun 2014 tentang Syarat dan Tata Cara Perhitungan Zakat Mal dan Zakat Fitrah serta Pendayagunaan Zakat untuk Usaha Produktif, dinyatakan bahwa zakat fitrah dapat berupa beras (makanan pokok) atau dapat diganti dengan uang senilai dengan beras (makanan pokok) tersebut (pasal 3 ayat (2)). Dengan demikian, secara legal formal, pembayaran zakat fitrah di negara Indonesia bisa dilakukan dengan beras (makanan pokok) atau berupa uang yang senilai. Keduanya adalah sah secara hukum.

Waktu mengeluarkan zakat fitrah yang utama ialah sejak terbitnya fajar Idul Fitri hingga menjelang shalat Idul Fitri. Sebab, Rasulullah SAW memerintahkan agar zakat fitrah dikeluarkan sebelum manusia keluar menunaikan shalat Idul Fitri.

Penerimaan zakat fitrah sama seperti penerimaan zakat lainnya. Namun, orang-orang fakir dan orang-orang miskin lebih berhak atas zakat fitrah daripada penerima-penerima lainnya. Sebab, Rasulullah SAW bersabda, *“Kayakan mereka (orang-orang fakir) hingga tidak meminta-minta pada hari itu (idulfitri).”* Zakat fitrah tidak boleh diberikan kepada selain orang-orang fakir, kecuali jika orang-orang fakir tidak ada lagi, kefakiran mereka ringan (tidak parah), atau penerima lainnya amat membutuhkannya (HR. Al-Baihaqi). Hal ini selaras dengan pendapat Imam Maliki yang menyatakan bahwa sesungguhnya zakat fitrah itu hanyalah diberikan kepada golongan fakir dan miskin (Harahab, 2024: 21-25).

b. Zakat Mal

Zakat mal adalah sebagian harta kekayaan yang wajib dikeluarkan seorang muslim atau badan usaha yang dimiliki seorang muslim untuk diberikan kepada golongan tertentu sesuai dengan syarat tertentu pula (Harahab, 2024: 26).

3. Fungsi Zakat

Fungsi-fungsi zakat yang personal, buah dari ibadah zakat yang berdimensi vertikal, yang dapat membentuk karakter-karakter yang baik bagi seorang muslim yang berzakat (*muzakki*) maupun yang menerima (*mustahiq*) antara lain:

- a. Membersihkan diri dari sifat bakhil.
- b. Menghilangkan sifat kikir pada pemilik harta.
- c. Mengembangkan rasa tanggung jawab sosial, terutama bagi pemilik harta.
- d. Menemtramkan perasaan *mustahiq*, karena ada kepedulian terhadap mereka.
- e. Melatih atau mendidik untuk berinfaq dan memberi.
- f. Menumbuhkan kekayaan hati dan mensucikan diri dari dosa.
- g. Mensucikan harta para *muzakki*, dll.

Fungsi zakat yang bersifat sosial, yang berdimensi horizontal (antar manusia), antara lain:

- a. Menjalin tali silaturahmi (persaudaraan) sesama Muslim dan manusia pada umumnya.
- b. Mengangkat derajat fakir miskin dan membantunya keluar dari kesulitan hidup dan penderitaan.
- c. Membersihkan sifat iri dan dengki, benci dan hasud dari hati orang-orang miskin.
- d. Bentuk kegotong royongan dan tolong menolong dalam kebaikan dan taqwa.

4. Kedudukan Zakat

Dalam bangunan Agama islam, zakat ditempatkan dalam satu pilar penting yang tak terpisahkan dari pilar-pilar yang lainnya. Bahkan dalam penyebutannya di dalam Al-quran selalu digandengkan dalam pilar sholat. Oleh karena itu, merupakan kekeliruan yang nyata dan tak ternafikan jika dalam kenyataannya umat islam sering memisah-misahkan antara kewajiban sholat dan kewajiban zakat.

Zakat sebagai kewajiban tidak boleh diartikan sebagai salah satu bentuk kebaikan orang kaya (*muzakki*) terhadap orang miskin (*mustahik*). Jika zakat merupakan kebaikan dari *muzakki* terhadap *mustahik* maka tidak mustahil akan menimbulkan perasaan rendah diri pada *mustahik*, karena menganggap dirinya tangan bawah. Jika image ini terjadi, maka tujuan persyariaan zakat untuk membangun dan mempertahankan derajat dan martabat kemanusiaan tidak tercapai.

5. Tujuan Zakat

Tujuan zakat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Menarik rasa simpati/cinta.
- b. Membantu, mengurangi, dan mengangkat kaum fakir miskin dari kesulitan hidup dan penderitaan mereka.
- c. Membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh gharimin, ibn sabil, dan para *mustahik* lainnya.
- d. Membina dan merentangkan tali solidaritas (solidaritas) sesama umat islam.
- e. Mengimbangi ideologi kapitalisme dan komunisme.
- f. Menghilangkan sifat bakhil dari pemilik kekayaan dan penguasa modal.
- g. Menghindarkan penumpukan kekayaan perorangan yang dikumpulkan atas penderitaan orang lain.
- h. Mencegah semakin dalamnya jurang pemisah antara si kaya dan si miskin yang dapat menimbulkan kecemburuan sosial, yang pada akhirnya dapat memicu tindak kejahatan.
- i. Mengembangkan tanggung jawab perorangan terhadap kepentingan masyarakat.
- j. mendidik kedisiplinan dan loyalitas seorang muslim untuk menjalankan kewajibannya dan menyerahkan hak orang lain.

Zakat pada dasarnya bertujuan untuk peningkatan keadilan dan kemajuan kesejahteraan sebagai landasan filosofinya sebagaimana diamankan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat pada konsideran menimbang bahwa zakat

merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Keadilan dan kesejahteraan yang dimaksud adalah keadilan dan kesejahteraan bagi kaum dhuafa dan mustadh'afin yang secara tegas diatur dalam Q.S. at-Taubah:60.

D. Penelitian Relevan

Penelitian yang akan penulis bahas ini merupakan hasil peninjauan dari beberapa penelitian sebelumnya. Penulis menemukan beberapa pembahasan yang berkaitan dengan masalah yang akan penulis bahas dalam penelitian ini, diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Yusuf Trinaldi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Strategi komunikasi dakwah dalam menanamkan nilai-nilai akhlak dipanti asuhan Bussaina Kecamatan Kedaton Koto Bandar Lampung. Fokus penelitian ini adalah bagaimana Strategi penanaman nilai-nilai akhlak kepada anak-anak panti asuhan. Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan yang sebelumnya adalah sama-sama melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi dakwah. Perbedaannya penelitian terdahulu lebih focus kepada anak-anak panti asuhan sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih fokus kepada Baznas Tanah Datar dan para *muzakki* yang ada di kabupaten Tanah Datar.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhudayanti Ridwan, jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri ALAUDDIN Makassar, dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Wahyu Mandiri Dalam Pembinaan Anak Keluarga *Broken Home* Di Desa Bontoala. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah kepada anak-anak *Broken Home*. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi dakwah. Perbedaannya, penelitian ini terdahulu lebih fokus kepada anak-anak *Broken Home* sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih focus kepada BAZNAS Tanah Datar dan para *Muzakki* yang ada di Tanah Datar.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Afifah, jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam/Radio Dakwah, Universita Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Kyai Husain Muhammad Dalam Upaya Memperjuangkan Kesetaraan Gender”. Focus penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah Kyai Husain Muhammad dalam upaya memperjuangkan kesetaraan gender. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi dakwah. Perbedaannya, penelitian ini terdahulu lebih focus pada upaya memperjuangkan kesetaraan gender sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih focus kepada BAZNAS dan para *Muzakki* yang ada di Tanah Datar.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur An Nisa Sholikhah, jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Pondok Pesantren Waria Al-Fattah Dalam Upaya Pembinaan Keagamaan Santri Waria”. Focus penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah kepada santri waria. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi dakwah. Perbedaannya, penelitian ini terdahulu lebih focus kepada santri waria sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih fokus kepada BAZNAS dan para *Muzakki* yang ada di Tanah Datar.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Aprilea Ichasanti, jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan judul Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Meningkatkan Minat Membaca Al Quran (Studi Kasus Bimbingan Belajar ATA di Kedungpane, Wates Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang). Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah kepada bimbingan belajar ATA. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi dakwah. Perbedaannya, penelitian ini terlebih dahulu lebih fokus kepada bimbingan belajar ATA sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih fokus kepada BAZNAS dan para *Muzakki* di Kabupaten Tanah datar.

Penelitian yang dilakukan oleh Umii Kariimah, jurusan Komunikasi dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, dengan judul Strategi Komunikasi Dakwah Forum Komunikasi Ustadz/Ustadzah (Fokus) Ngemplak Boyolali Dalam Membentuk Karakter Anak. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah dalam membentuk anak-anak. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi dakwah. Perbedaannya, penelitian ini terlebih fokus kepada pembentukan karakter anak-anak sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih fokus kepada BAZNAS dan para *Muzakki* yang ada di Tanah Datar.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini penulis lakukan dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan penelitian menjelaskan kejadian dan fenomena yang terjadi di lapangan sebagaimana adanya sesuai dengan kenyataan yang ada. Jenis penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada dilapangan, dimana penulis akan menjelaskan dan menguraikan kenyataan bagaimana strategi komunikasi dakwah dalam mengajak *muzakki* di Kabupaten Tanah Datar.

Metode penelitian ini sering disebut dengan metode penelitian naturalistik, karena penelitian ini dilakukan paada kondisi yang alamiah (natural setting). Menurut Sugiyono (2015) menyatakan bahwa penelitian kualitatif sebagai produser penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

B. Latar dan Waktu Penelitian

1. Latar Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lembaga Badan Amil Zakat (BAZNAS) Limo Kaum, Kecamatan Lima Kaum, Kabupaten Tanah Datar.

2. Waktu Penelitian

Penelitian untuk penulisan skripsi ini dilakukan pada bulan Januari 2025 sampai bulan Agustus 2025.

Kegiatan	Bulan/Tahun							
	2025							
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
Observasi awal dan Pengajuan Judul	✓							

Penyusunan Proposal dan Bimbingan	✓	✓						
Kegiatan	Bulan/Tahun							
	2025							
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
Seminar Proposal dan Revisi		✓	✓	✓	✓			
Pengurusan surat Izin Penelitian						✓		
Pengumpulan Data Lapangan							✓	
Analisis Data dan Penyusunan Hasil Penelitian							✓	
Bimbingan Akhir dan Persiapan Sidang Munaqasyah								✓

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri sebagai instrument utama yang melakukan penelitian ke lapangan, baik pada tahap *grand tour question*, tahap *focused and selection*, tahap pengumpulan data, tahap menganalisis data dan tahapan membuat kesimpulan dengan memakai alat bantu, yaitu *field-notes* untuk mencatat bagian-bagian yang penting, *recorder* untuk merekam, dan *kamera* untuk mendokumentasikan kegiatan penelitian.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data tentang penelitian yang diperoleh melalui pengamatan secara langsung terhadap *amil* BAZNAS Tanah Datar yang telah mengajak para *muzakki* di Kabupaten Tanah Datar.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data yaitu data-data yang diambil dari buku-buku dan penelitian terlebih dahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik observasi yang penulis lakukan adalah observasi tak berstruktur dan terus terang, yaitu penulis tidak menggunakan instrument yang telah baku, tetapi hanya berupa rambu-rambu pengamatan. Kemudian penulis juga menyampaikan bahwa penulis sedang melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi dakwah dalam mengajak para *muzakki* di BAZNAS Kabupaten Tanah Datar tersebut. Tujuannya agar mendapat data yang lebih lengkap dari *amil zakat* dan *muzakki*, yang mana penulis memfokuskan kepada aspek yang penulis teliti.

2. Wawancara

Teknik yang penulis lakukan adalah wawancara semi instruktur, guna menemukan permasalahan yang lebih terbuka dan mendalam dengan cara penulis menyampaikan bahwa penulis sedang meneliti tentang strategi komunikasi dakwah dalam mengajak *muzakki* di Kabupaten Tanah Datar dan mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan hal tersebut. Penulis melakukan wawancara kepada *amil zakat* dan *muzakki* di Kabupaten Tanah Datar dibantu dengan buku catatan, *tape recorder* dan *camera*.

3. Dokumentasi

Penulis mengambil dokumen-dokumen yang berkaitan dengan apa yang diteliti.

F. Teknik Analisis Data

Tahap akhir dari prosedur penelitian adalah analisis data. Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintensa, menyusun pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Melakukan langkah-langkah dalam proses analisis data ini penulis mengikuti pendapat sugiyono, yaitu:

1. Reduksi data, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan membuang yang tidak perlu.
2. Penyajian data, setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data yaitu bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.
3. Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan penggambaran yang utuh dari objek penulisan/proses penarikan kesimpulan didasarkan pada penggabungan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang sesuai pada penyajian data. Melalui informasi tersebut, penulis dapat melihat objek penelitian.

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Ada beberapa macam pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif antara lain dapat dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negative, member chek dan referensi. Diantara enam uji keabsahan ini satu diantaranya yang dipakai yaitu triangulasi. Teknik pengumpulan data, triangulasi dikenal dengan istilah cek dan ricek yaitu pengecekan data menggunakan beragam sumber, teknik, dan waktu.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk pengecekan data lebih dari satu sumber untuk memastikan apakah datanya benar atau tidak.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk mengecek data dengan menggunakan berbagai cara secara bergantian untuk memastikan apakah datanya dengan cara cek dan ricek

3. Triangulasi waktu

Triangulasi teknik untuk pengecekan data dengan memeriksa keterangan dari sumber yang sama pada waktu yang berbeda pagi, siang, sore atau malam. Membandingkan penjelasan sumber ketika ia diajak ngombrol berdua dengan peneliti dan saat ia berbicara didepan public dengan topik yang sama.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2013: 225-231) triangulasi dengan sumber berarti dengan cara menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari lapangan.

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Temuan Umum

a. Gambaran Umum Kabupaten Tanah Datar

Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu Kabupaten di Sumatera Barat. Secara geografis Kabupaten Tanah Datar memiliki luas wilayah 1.336 km². Memiliki 14 Kecamatan, 75 Nagari atau desa, dan 395 jorong. Kabupaten Tanah Datar memiliki batas wilayah. Batas-batas Kabupaten Tanah Datar adalah:

- 1) Sebelah utara dengan Kabupaten Agam dan Lima Puluah Koto.
- 2) Sebelah barat dengan Kabupaten Padang Pariaman.
- 3) Sebelah selatan dengan Kabupaten Solok.
- 4) Sebelah timur dengan Kabupaten Sijunjung.

b. Kondisi Geografis Kabupaten Datar

Secara geografis Kabupaten Tanah Datar berada pada posisi 00°17' LS - 00° 39' LS dan 100° 19' BT – 100° 51' BT. Kondisi geografis Kabupaten Tanah Datar yang berada diapit oleh tiga gunung sekaligus yaitu gunung singgalang, gunung sago dan gunung merapi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar peta berikut



Gambar 1. Peta Kabupaten Tanah Datar

c. Sejarah BAZNAS Kabupaten Tanah Datar

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Dengan demikian, BAZNAS bersama Pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan: syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas.

BAZNAS menjalankan empat fungsi, yaitu:

- 1) Perencanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat;
- 2) Pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat;
- 3) Pengendalian pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat; dan
- 4) Pelaporan dan pertanggungjawaban pelaksanaan pengelolaan zakat.

Untuk terlaksananya tugas dan fungsi tersebut, maka BAZNAS memiliki kewenangan:

- 1) Menghimpun, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat;
- 2) Memberikan rekomendasi dalam pembentukan BAZNAS Provinsi, BAZNAS Kabupaten/Kota, dan LAZ;

- 3) Meminta laporan pelaksanaan pengelolaan zakat, infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya kepada BAZNAS Provinsi dan LAZ.

Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tanah Datar berdiri sejak tahun 2003 yang beralokasi di Pagaruyung, Tj. Emas Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat.

d. Visi dan Misi Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Tanah Datar

1. Visi

“Menjadi Amil Zakat yang Amanah, Profesional, dan Mampu Menjadikan Zakat sebagai Kekuatan Alternatif dalam Pengentasan Kemiskinan”

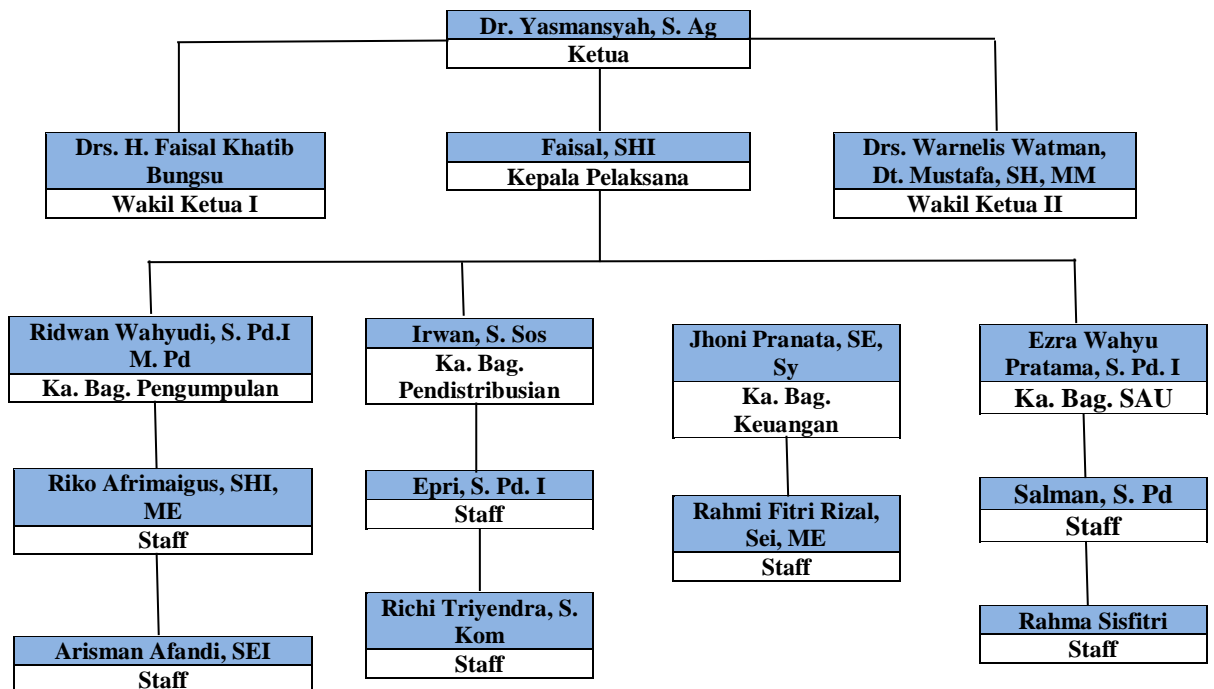
2. Misi

- 1) Meningkatkan kesadaran umat dalam berzakat dan menyalurkannya melalui Amil Zakat;
- 2) Mengoptimalkan pengumpulan zakat dan mendistribusikannya secara efektif dan transparan;
- 3) Melaksanakan pengelolaan zakat secara amanah, profesional, dan transparan;
- 4) Pemberdayaan mustahiq menjadi *muzakki*.

e. Struktur Organisasi BAZNAS Kabupaten Tanah Datar

Struktur Organisasi BAZNAS Kabupaten Tanah Datar

Tahun 2020-2025



Gambar 2. Struktur Organisasi BAZNAS Kabupaten Tanah Datar

f. Program BAZNAS Kabupaten Tanah Datar

Berikut program yang diadakan oleh BAZNAS Tanah Datar:

- 1) Program Bidang Pendidikan
 - a) Bantuan Pendidikan TK/SD/MI.
 - b) Bantuan Pendidikan Tingkat SMP/MTs.
 - c) Bantuan Pendidikan Masuk PT (Jalur SNMPTN-SPAN_PTKIN).

- d) Bantuan Pendidikan bagi mahasiswa yang sedang kuliah.
- 2) Program Bidang Ekonomi
 - a) Bantuan modal usaha produktif.
 - b) Zakat Community Development (ZCD).
 - c) Balai ternak.
 - d) Lumbung pangan.
 - e) Program bersama.
- 3) Program Bidang Kesehatan

Program bantuan biaya pengobatan bagi keluarga miskin agar mendapatkan fasilitas layanan kesehatan yang layak.
- 4) Program Bidang Kemanusiaan
 - a) Bantuan konsumtif permanen.
 - b) Bantuan konsumtif lebaran.
 - c) Bantuan rumah tidak layak huni.
 - d) BAZNAS Tanggap Bencana (BTB).
 - e) Paket lebaran bagi kaum dhu'afa dan guru mengaji.
 - f) Bantuan kemanusiaan dan kebencana.
- 5) Program Bidang Dakwah dan Advokasi
 - a) *Da'i* pemberdayaan nagari.
 - b) Kaderisasi ulama.
 - c) Pembinaan muallaf.

2. Temuan Khusus

a. Bagaimana Strategi Persuasif BAZNAS Tanah Datar dalam Mengajak *Muzakki* di Kabupaten Tanah Datar?

BAZNAS Kabupaten Tanah Datar dalam mengimplementasikan strategi persuasif telah mengembangkan pendekatan yang komprehensif dan kontekstual sesuai dengan karakteristik masyarakat Minangkabau. Salah satu prinsip utama yang diterapkan adalah *Qaulan layyinan*, yaitu komunikasi yang lemah lembut dan tidak memaksa. Implementasi prinsip ini bukan

hanya dalam aspek verbal tetapi juga dalam sikap dan pendekatan keseluruhan yang dilakukan oleh para amil. Hal ini dapat dilihat dari wawancara dengan informan 1 sebagai berikut:

“Untuak mangajak muzakki supayo namuah memberikan zakatnyo ka BAZNAS, yo tantulah dengan pendekatan yang baik, diagih pemahaman, pengertian. Disitu dijalehan sabananyo pada masa Nabi SAW, zakat yo lansuang dikelola dek Nabi SAW dan sahabat beliaulah yang nanti akan mambagi seluruh hasil zakat ko ka urang nan berhak manarimonyo, sahinggo zakat ko batua-batua dapek dinikmati oleh orang yang berhak manarimonyo”.

“Untuk mengajak *muzakki* supaya memberikan zakatnya ke BAZNAS adalah dengan pendekatan yang baik, diberi pemahaman, pengertian, kemudian dijelaskan sedikit sejarah bahwasanya pada masa Nabi SAW, zakat ini langsung dikelola oleh Nabi SAW dan sahabat beliaulah yang nanti akan mendistribusikan hasil zakat kepada mustahik zakat, sehingga zakat ini benar-benar dapat dinikmati oleh orang yang berhak menerimanya”

Hasil wawancara dari infoman 1 dapat diketahui, bahwa cara BAZNAS mengajak *muzakki* untuk menyerahkan zakatnya kepada amil zakat di Kabupaten Tanah Datar, adalah dengan pendekatan yang baik, dalam hal ini dijelaskan suatu pemahaman dan pengertian tentang bagaimana cara pendistribusian zakat yang lebih efektif dan efisien kepada mustahik zakat, sehingga tujuan zakat untuk penyerataan ekonomi dan untuk meningkatkan ekonomi bisa diwujudkan. Pendistribusian zakat oleh amil zakat, bukanlah suatu hal baru, tetapi sudah ada pada masa Nabi SAW yang dimulai ketika setelah turunnya ayat tentang perintah membayarkan zakat. Wawancara dari infoman 2 mengatakan sebagai berikut:

“Kami sebagai badan amil zakat untuak mangajak muzakki, supayo namuah manyarahkan zakatnyo ka BAZNAS dengan menemui langsung muzakki, kemudian mengutarakan tujuan kedatangan dengan baik, berbicara dengan santun, penuh tata krama yang disesuaikan dengan adat setempat. Kepada muzakki dijalehan tentang sarancaknyo zakat mal ko diserahkan ka amil zakat kabupaten. Sabab amil zakat kabupaten alah punyo program untuak mandistribusikan zakat ko ka saluruh masyarakat yang ado di kabupaten dan data-data mustahik alah ado dibuat oleh amil zakat kabupaten. Sahinggo pembagian zakat ko bisa marato di Kabupaten Tanah Datar. Nampaknyo dari apo yang ambo sampaikan ko lai tamakan di muzaki ko”.

“Kami sebagai badan amil zakat untuk mengajak *muzakki*, supaya mau menyerahkan zakatnya ke BAZNAS dengan menemui langsung, kemudian mengutarakan tujuan kedatangan dengan baik, berbicara dengan santun, bertata krama yang disesuaikan dengan ada setempat. Dijelaskan kepada *muzakki* sebaiknya zakat mal diserahkan ke amil zakat kabupaten, sebab amil zakat kabupaen sudah memiliki program untuk mendistribusikan zakat ke seluruh masyarakat yang ada di kabupaten dan data-data musahik zakat sudah ada catatannya oleh amil zakat kabupaten, sehingga pembagian zakat ini merata di Kabupaten Tanah Datar. Nampaknya apa yang disampaikan diterima oleh *muzakki* dengan bukti *muzakki* mau membayarkan zakatnya lewat BAZNAS.

Hasil wawancara dari informan 2 tidak jauh berbeda dengan informan 1, bahwa cara mengajak *muzakki* untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS adalah cara penyampaiannya dengan penuh rasa kekeluargaan, kemudian menjelaskan bahwa BAZNAS mampu mengelola harta zakat dengan baik, karena sudah dibuatkan program untuk mendistribusikan harta zakat di kabupaten. Hal yang diterapkan kepada informan 1 dan 2 adalah penerapan prinsip *Qaulan layyinan* yang menjadi tahapan pertama dalam strategi persuasif BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.

Meskipun disadari bahwa tidak semua orang akan tersentuh dengan pendekatan ini, prinsip ini tetap menjadi fondasi dalam setiap interaksi dengan calon *muzakki*.

Jika pendekatan lemah lembut tidak efektif, barulah dilakukan modifikasi strategi dengan tetap mempertahankan prinsip dasar menghormati dan tidak memaksa calon *muzakki*. Untuk *muzakki* Tanah Datar penyampaian ini sudah merekaanggapi dengan baik dan penuh perhatian. Selain penyampaian dengan prinsip *Qaulan layyinan*, BAZNAS juga menerapkan prinsip *Qaulan sadiddan*, prinsip dengan penyampaian perkataan yang benar, jujur, tidak bohong, dan tidak berbelit-belit. Hal ini dapat diketahui dari informan 1 mengatakan sebagai berikut:

“Kami selaku amil zakat kabupaten yo sangaik transparan terhadap pengelolaan harta zakat ko, dan hal ko kami sampaikan lo ka muzakki katiko mangajaknyo untuk namuah mambayarkan zakatnya lewat BAZNAS kabupaten. Di sinan dijalehan ka muzakki bahwa harta zakatko adolo pengawasannyo dari badan hukum yang berwenang yang akan menangani pertanggungjawaban, jiko terjadi penyelewangan penggunaan harta zakat, pendistribusian harta zakat yang tidak tepat sasaran. Kemudian unuk meyakinkan muzakki kami perlihatkan data-data mustahik zakat, dan dalam bantuak apo harta diberikan, tamasuak dokumentasi sarah tarimo katiko panyarahan harta zakat ka mustahik, sahinggo dengan terbukanya kami jalehan tantang pengelolaan zakat ko manjadi salah satu yang mambuek muzakki untuak picayo mengaluan zakatnyo lewat BAZNAS”.

Selaku amil zakat kabupaten kami sanagat transparan terhadap pengelolaan zakat, pengelolaan ini kami sampai ke *muzakki* ketika mengajaknya untuk mau memberikan zakatnya lewat BAZNAS kabupaten. Keika itu dijelaskan ke *muzakki* bahwa harta zakat yang diterima BAZNAS ada pengawasannya dari badan hukum yang berwenang dan bertanggung untuk memeriksa pemasukan dan pendistribusian harta zakat, jika terjadi penyelewangan penggunaan harta zakat atau pembagian harta zakat

idak tepat sasaran. Kemudian untuk meyakinkan *muzakki* kami perlihatkan data-data mustahik zakat, dalam bentuk apa harta itu dikeluarkan, termasuk memperlihatkan dokumentasi serah terima harta zakat kepada mustahik, sehingga dengan terbukanya penjelasan pengelolaan harta zakat ini, menjadi salah satu sebab *muzakki* untuk mempercayai zakatnya diserahkan kepada BAZNAS.

Hasil wawancara dengan informan 1 dapat dipahami, bahwa prinsip penyampaian *Qaulan sadiddan* yang diterapkan dalam mengajak *muzakki* untuk memberikan zakatnya lewat BAZNAS adalah secara transparan menjelaskan dengan jujur kepada *muzakki*, mulai dari memperlihatkan data-data mustahik, berapa zakat yang diperoleh, bagaimana pendistribusiannya kepada mustahik, dan yang sangat penting lagi bahwa zakat yang dikumpulkan oleh BAZNAS ada badan hukum yang mengawasi dan akan menindaklanjuti, jika terjadi penyelewangan terhadap harta zakat atau pendistribusiannya tidak tepat sasaran kepada mustahik yang ada di Kabupaten Tanah Datar. Memberikan informasi dengan sesuatu yang benar, jujur dan transparan dan tidak ada kebohongan menjadi juga salah satu sebab mengapa *muzakki* untuk menyerahkan zakat kepada BAZNAS. Jawaban yang diberikan informan 2 sebagai berikut:

“Yang namonyo kito macik pih urang, pih BASNAZ tu kan pih urang, jadi pengelolaan pih ko harus jaleh kama pih tu untuk a pih tu tapakai ka sia pih tu ka diagiah, kalaulah mode tu insyaallah urang picayo ka awak, tapi kalau awak ndak jujur kama pai pih tu ndak namuah urang mambayia zakatnyo ka BASNAZ lai”

Uang BAZNAS adalah uang atau zakat yang diberikan *muzakki*, jadi pengelolaannya harus jelas, dikembalikan uang atau zakatnya, kepada siapa zakat itu diberikan, jika sudah jujur dan benar penjelasan yang diberikan, insyaallah muzaki akan percaya,

tapi kalau penjelasannya tidak jelas, atau tidak dipahami oleh *muzakki* terhadap pengelolaan zakat, tentu tidak mau lagi muzaki membayar zakatnya lewat BASNAZ”.

Hasil wawancara dari informan 2 tidak jauh berbeda dengan yang diinformasikan oleh informan 1, bahwa pentingnya kejujuran dalam menjelaskan pengelolaan harta zakat oleh BAZNAS kepada *muzakki* akan menimbulkan kepercayaan dari *muzakki* untuk berkontribusikan zakatnya kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar. Selanjutnya apa sebab muzaki berkontribusi membayarkan zakanya lewat BAZNAS adalah dengan menerapkan prinsip *Qaulan maysura*. Wawancara dengan informan 1 mengatakan sebagai berikut:

“Katiko ambo datangi muzakki untuk ma ajaknyo supayo namuah zakat hartanya diserahkan ke BAZNAS Kabupaten Tanah Data, ndak sacaro langsung ambo utarakan tujuan ambo do. Ambo tanyoan dulu keadaannyo apo lai sehat. Lai ndak sedang sibuk, lai ndak manganggu dek kedatangan ambo, dahtu lakuan bincang-bincang ringan yang sasuai lo jo karajonyo sahari-hari, sudah tu baru ambo utarakan maksud kedatangan ambo. Ambo jalehkan tantang guno zakat kalau dikelola BAZNAS, tanpa banyak materi bana yo agak langsung jo katujuan pokok tadi. Insyallah lai nyo muzakki langsung paham lonyo”.

Ketika saya mendatangi *muzakki* untuk mengajaknya supaya memberikan zakat hartanya ke BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, tidak secara langsung saya sampaikan maksud dan tujuan berkunjung. Terlebih dahulu saya tanyakan keadaannya, apakah sehat, tidak sedang sibuk, dan apakah kedatangan saya ini tidak mengganggu, kemudian melakukan bincang-bincang ringan yang sesuai dengan pekerjaannya sehari-hari, selanjutnya baru saya sampaikan maksud kedatangan. Saya jelaskan tentang kegunaan zakat jika dikelola BAZNAS tanpa banyak materi. Insyallah cara yang saya lakukan dapat dipahami dan diterima oleh *muzakki*”.

Hasil wawancara dari informan 1 dapat dipahami bahwa cara yang dilakukan untuk menarik *muzakki* untuk memberikan zakatnya kepada BAZNAS adalah melihat situasi dan kondisi muzaki terlebih dahulu, jika baik dan memungkinkan untuk menyampaikan maksud dan tujuan barulah disampaikan tujuannya untuk mengontribusikan zakatnya ke BAZNAS. Cara penyampaiannya pun sesuai dengan kemampuan *muzakki* untuk mengerti apa yang dimaksud oleh penyampai pesan dalam hal ini adalah BAZNAS Kabupaten Tanah Datar. Sedangkan informan 2 mengatakan sebagai berikut:

“sebagai jalan berdakwah untuk mengajak orang lain berbuat sesuai dengan keinginan awak, apo lai berhubungan dengan penarikan zakat tantu sangaik hati-hati caro panyampaiannyo. Katiko ambo ma ajak muzakki supayo tertarik memberikan zakatnyo ka BAZNAS, ambo telesuri latar belakangnyo terlebih dahulu, ba a pendidikannyo. Sudah tu baru ambo tamui muzaki, berbincang-bincang ringan yang sasuai dengan ke ilmuannyo, agar capek akrabnyo. Kemudian baru ambo ajaknyo untuk namuah membayarkan zakat malnyo ke BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, alhamdulillah lai namuah muzakki ko untuk itu”.

Sebagai jalan berdakwah untuk mengajak orang lain berbuat sesuai dengan isi yang kita sampaikan, apa lagi yang berhubungan dengan penarikan zakat tentu sanga hati-hati cara penyampainya. Sebelum menenemui *muzakki*, saya harus mempelajari latar belakangnya, bagaimana pendidikannya, kemudian baru saya menemui *muzakki*, melakukan perbincangan yan sesuai dengan latar belakangnya, pendidikannya. Cara ini bertujuan munculnya ke akrabannya dengan *muzakki*. Setelah itu baru sayaajak unuk bersedia memberikan zakat malnya ke BAZNAS Kabupaten Tanah Data, alhamdulillah *muzakki* tersebut menerimanya dengan baik.

Hasil wawancara dengan informan 1 dapat dipahami bahwa perlu memperhatikan keadaan *muzakki*, baik dari segi pendidikannya, pekerjaannya, bahkan karakternya, kemudian baru bisa menyampaikan pendekatan-pendekatan yang disesuaikan dengan latar belakangnya. Hal ini sangat bisa mempengaruhi orang lain untuk berbuat dengan apa yang diinginkan oleh BAZNAS. Selanjutnya wawancara dengan informan 2 yang menerapkan *Qaulan* baligha dalam mengajak *muzakki* untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, mengatakan sebagai berikut:

“Ambo menyampaikan ajakan ko kepada muzakki yo dimulai dengan pendekatan raso dengan menggambarkan dan memperlihatkan dokumentasi photo-photo saudara kito yang rumahnya ndak layak huni lai, kan prihatin awak caliak tu. Kalau lai dermawan yang mambantu langsung secara pribadi kan mujua kito, kalau ndak ado jo a ka dibantu saudara ko kalau ndak awak pasamoan, ba caronyo, salah satunyo adalah dari harto zakat yang lah takumpua di BAZNAS, kok lai banyak hasil zakat di sarahkan BAZNAS tantu masalah dunsanak yang tingga ndak layak huni bisa kito bantu basamo-samo. Pendekatan yang ambo lakukan dengan hati ko langsung manyantuah emosional muzakki, nampak raso ibonyo sakali, kemudian dengan senang hati memberikan zakatnya lewat BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.

Saya mengajak *muzakki* lewat pendekatan dari rasa atau hati dengan menggambarkan dan memperlihatkan photo-photo saudara kita yang rumahnya tidak layak huni, prihatin kita melihatnya, jika ada dermawan yang membantu secara pribadi syukurlah, jika tidak ada dengan apa kita bantu mereka yang membutuhkan. Maka salah satu caranya adalah dari hasil zakat yang diserahkan ke BAZNAS, jika banyak yang menyerahkan zakatnya ke BAZNAS, tentu masalah rumah yang tidak layak huni ini bisa diatasi dengan cepat. Pendekatan cara dengan rasa dan hati ini langsung menyentuh rasa emosional *muzakki*, nampak rasa iba dan kasihannya, kemudian

dengan senang hati memberikan zakatnya lewat BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.

Hasil wawancara dengan informan 2 ini dapat dipahami, bahwa pendekatan kepada seseorang perlu juga menyentuh kepada rasa yang mampu mengubah sikap dan cara pandanngnya untuk melihat, menilai dan bahkan membantu orang lain. Sebab pendekatan *Qaulan* baligha membekas dalam jiwa, penyampaiannya tidak berbelit-belit dan langsung ke pokok permasalahan, apalagi ditambah dengan pembuktian yang nyata dan bisa dirasakan.

Prinsip pendekatan lain yang dilakukan BAZNAS dengan *Qaulan ma'rufa*. Hasil wawancara dengan informan 1 mengatakan sebagai berikut:

“Nan partamo yang ambo paratian adolah karakter, sosial, budaya dari tampek tinggal muzakki, satalah itu dengan karakter, budaya, dan kehidupan sosial muzakki alah ambo pahami, barulah ambo menyampaikan ajakan untuk membayarkan zakatnyo ka BAZNAS tantu dengan caro yang sopan, ramah yang sasuai dengan penilaian muzakki. Artinyo awak arif dan bijaksana jiko mangecek jo urang, apo lai urang itu awak ajak untuk membayarkan zakatnyo ka BAZNAS nan yang salamoko ndak pernah dilakukan. Artinyo muzakki salamo ko mangaluakan zakat langsuang sajo ka urang yang nyo inginkan”.

Pertama yang saya perhatikan adalah karakter, sosial, budaya dari kehidupan *muzakki*, setelah karakter, budaya, dan kehidupan sosial *muzakki* saya pahami, barulah disampaikan ajakan untuk membayar zakatnya ke BAZNAS, penyampaian ini tentu dengan cara yang sopan, ramah, dan ukuran sopan dan ramah tentu *muzakki* yang menilainya. Artinya saya harus arif dan bijaksana jika berbicara dengan *muzakki* yang akan diajak untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS yan selama ini tidak pernah dilakukan. Artinya *muzakki* selama ini mengeluarkan zakatnya lansung saja kepada orang yang diinginkannya.

Hasil wawancara dengan informan 1 dapat dipahami bahwa penerapan prinsip *Qaulan* ma'rufa harus mengenal nilai-nilai yang berjalan pada komunitas masyarakat tempat *muzakki* tinggal, karena hal demikian sudah menjadi watak atau karakter yang melekat pada diri seseorang, maka dalam hal ini BAZNAS Tanah Datar juga menerapkan prinsip qaula ma'rufa ini dalam bentuk penyampaian yang menyenangkan, ucapan yang baik kepada *muzakki* dengan tetap menjaga nilai-nilai yang tidak bertentangan dengan agama dan nilai-nilai sosial atau nilai-nilai adat dalam kehidupan masyarakat. Selanjutnya penerapan prinsip *Qaulan karima* dapat diketahui dari informan 2 yang mengatakan sebagai berikut:

“ Sasuai jo kecek urang Minang buah tu dijuluak mako ka jatuah. Artinyo bana kok yang akan awak arok dari urang yo pandai-pandai awak manggilinyo. Jadi paralu urang ko awak anjuangan dulu, awak latakannyo rancak-rancak di tampeknyo. Sudah tu baru awak laluanlo nan di awak, awak sampaikan untuak mambayarkan zakatnyo melalui BAZNAS Tanah Datar, supaya bisa dikelola dengan baik dan pendistribusiannya sangat efisien dan efektif. Antah dek sagan atau memang atas kesadaran surang, muzakki ko namuah membayarkan zakatnyo di BAZNAS Kabupaten Tanah Datar”

Sesuai dengan pepatah orang Minang buah di pohon dijolok dulu baru buahnya jatuh. Arti yang sebenarnya, jika ada yang kita harapkan dari seseorang harus pandai kita membuatnya senang. Jadi perlu kita buat orang ini merasa dihormati, disanjung sesuai dengan watak atau karakternya. Kemudian baru kita sampaikan keinginan kita untuk membayarkan zakatnya melalui BAZNAS Tanah Datar, supaya bisa dikelola dengan baik dan pendistribusiannya sangat efektif dan efisien. Apakah karena segan atau atas kesadaran sendiri, *muzakki* mau membayarkan zakatnya ke BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.

Hasil wawancara dari informan 2 dapat dipahami penting menerapkan prinsip *Qaulan karima* jika ingin mengajak seseorang sesuai dengan keinginan orang yang berkata. Dalam hal ini BAZNAS sudah menerapkan prinsip *Qaulan karima* untuk mengajak *muzakki* agar mau membayarkan zakatnya ke BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, ternyata cara ini mampu meyakinkan *muzakki* untuk membayarkan zakatnya lewat BAZNAS.

Mengajak umat untuk melakukan sesuatu baru bukanlah suatu hal yang mudah, apalagi sesuatu yang lama sudah menjadi kebiasaan yang sulit untuk diubah. Hal ini yang membuat BAZNAS memiliki program-program yang diunggulkan untuk menarik *muzakki* agar membayarkan zakatnya melalui BAZNAS kabupaten. Program kerja yang telah direalisasikan oleh BAZNAS, dapat diketahui dari hasil wawancara dengan informan 1 sebagai berikut:

“Banyak program yang kami tawarkan ke masyarakat, mulai dari bedah rumah, kami ada. Jadi rumahnya yang tidak layak di huni kami buatkan jadi rumah layak huni, ada bantuan barubek, patang baznas karejo samo jo pemerintah daerah magih bantuan berobat gratis bagi Masyarakat kabupaten tanah datar, yang BPJS nya manunggak bisa barubek gratis indak paralu mambayia dando BPJS yang lamo. Program-program ko disampaikan ke muzakki waktu sosialisasi ke tampekny, sehingga menjadi salah satu daya tarik bagi muzakki untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS” (Informan 1)

Banyak program yang kami tawarkan ke masyarakat, mulai dari bedah rumah. Rumah yang tidak layak huni dijadikan rumah yang layak huni. Ada bantuan berobat, kemaren BAZNAS kerja sama dengan pemerintah daerah memberikan bantuan berobat gratis bagi masyarakat Kabupaten Tanah Daar, yang BPJSnya menunggak juga bisa berobat gratis tanpa perlu membayar denda BPJS yang menunggak. Program-program ini disampaikan kepada *muzakki* waktu sosialisasi ke tempatnya, sehingga menjadi salah

satu daya tarik bagi *muzakki* untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS”.

Dilanjutkan wawancara dengan informan 2 mengatakan:

“Di dunia Pendidikan kami ada lo program beasiswa atau bantuan kuliah ka lua atau di dalam negeri. Jadi kami satiok awal ajaran baru kami bukak pendaftaran secara online untuk beasiswa yang masuk kuliah,” (Informan 2)

“Di dunia pendidikan ada program beasiswa atau bantuan kuliah keluar atau di dalam negeri. Jadi sejak awal ajaran baru kami bukak pendaftaran secara online untuk beasiswa yang masuk kuliah”.

Hasil wawancara dari informan 1 dan 2 dapat dipahami bahwa program berupa bedah rumah, berobat gratis dan beasiswa selama kuliah yang sudah terealisasi menjadi bukti kuat untuk mengajak dan menarik banyak *muzakki* untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS.

Baznas Kabupaten Tanah Datar selalu berupaya untuk meyakinkan para calon *muzakki* agar mereka mau menyalurkan zakat mal maupun zakat fitrahnya kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar. Melalui program-program yang ditawarkan kepada para calon *muzakki* para amil selalu bergerak untuk meyakinkan calon *muzakki*.

Ada program bantuan konsultif permanen kepada mustahik ada bantuan untuk bedah rumah kepada mustahik yang memiliki rumah kurang layak huni di buat menjadi rumah layak huni, dalam bidang Pendidikan baznas kabupaten tanah datar juga memberikan beasiswa atau bantuan biaya Pendidikan baik di dalam negeri ataupun di luar negeri. BAZNAS Kabupaten Tanah Datar juga memiliki ujung tombak dakwah yang selalu mengajak secara langsung ditengah-tengah Masyarakat yang dinamakan dengan program *Da'i* pemberdayaan BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, *Da'i* ini bergerak langsung dan bersentuhan langsung dengan masyarakat untuk mengajak dan mensosialisasikan program dan

mendata para calon *muzakki* yang akan di dekati oleh amil agar mau bergabung untuk menyalurkan zakatnya kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar

BAZNAS Kabupaten Tanah Datar tidak hanya bergerak untuk ekonomi Masyarakat, akan tetapi mereka juga bergerak dan fokus program mereka juga dalam Pendidikan.”

“kami jugo punyo dai pemberdayaan yang langsung bersentuhan dengan Masyarakat, jadi satiok kecamatan tu ado Da’i baznas yang bergerak di lapangan, untuk mencari muzakki baru atau untuk mendata calon mustahik.” (Informan 1)

“Kami juga memiliki *Da’i* pemberdayaan yang langsung bersentuhan dengan masyarakat, jadi setiap Kecamatan iu ada *Da’i* BAZNAS yang bergerak di lapangan, unuk mencari *muzakki* baru atau untuk mendata calon mustahik”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1 dapat dipahami, selain merealisasikan dampak program pendistribusian zakat ke mustahik zakat, BAZNAS Kabupaten Tanah Datar juga memberdayakan para *Da’i* disetiap Kecamatan, unuk mengajak dan memberikan pencerahan kepada masyarakat khususnya yang berada di Kecamatan agar tertarik dan penuh kesadaran untuk memberikan zakatnya di BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.

BAZNAS Kabupaten Tanah Datar sangat fokus untuk kemajuan dan efektifitas program lembaga, sehingga membuat *Da’i* BAZNAS Kabupaten Tanah Datar yang terstruktur dan kompeten. *Da’i* BAZNAS Kabupaten Tanah Datar ini sangat berpengaruh besar dalam bidang mengumpulkan maupun dalam bidang mendistribusian harta zakat.

Implementasi strategi persuasif yang dilakukan oleh BAZNAS Kabupaten Tanah Datar menghadapi berbagai tantangan yang kompleks dan multidimensional. Tantangan utama terletak pada karakteristik masyarakat Minangkabau yang memiliki tradisi

dan cara pandang tersendiri terhadap pengelolaan zakat. Hasil wawancara dengan informan 1 mengungkapkan:

"Ma ajak urang untuk mambayia zakat ko agak payah, banyak pertanyaan yang kadang ndak paralu bana di tanyo, atau kadang babeda caro pandang kito jo inyo, tapi awak harus sabar menghadapinya"

Mengajak orang untuk membayar zakat itu agak sulit, banyak pertanyaan yang kadang tidak perlu benar ditanya, atau kadang berbeda cara pandang kita dengan dia, api kia harus sabar menghadapinya.

Hasil wawancara dari informan 1 dapat dipahami adanya hambatan yang dialami oleh para amil zakat dalam mengajak *muzakki* untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS. Kompleksitas tantangan ini menuntut para amil untuk memiliki kesabaran ekstra dan kemampuan komunikasi yang tinggi. Mereka harus mampu menjawab berbagai pertanyaan, bahkan yang mungkin terkesan tidak relevan, dengan tetap mempertahankan sikap profesional dan empati. baru mau dia membayar zakat ke BAZNAS).

Tantangan khusus yang dihadapi adalah karakteristik budaya Minangkabau dalam hal pengelolaan finansial. Informan 2 menjelaskan sebagai berikut:

"Di Minang ko mambao pemahaman yang bertentangan dengan kebiasaan Masyarakat kito ko payah, apolai zakat atau masalah pitih, kalo di minang masalah pitih ko paling payah urusannyo"

Di Minang ini membawa pemahaman yang bertentangan dengan kebiasaan masyarakat kita ini sulit, apalagi zakat atau masalah uang, kalau di Minang masalah uang ini paling sulit urusannya.

Hasil wawancara dari informan 2 dapat dipahami, bahwa masyarakat Minangkabau memiliki sensitivitas tinggi terhadap masalah finansial dan cenderung sangat hati-hati dalam

mempercayakan pengelolaan uang kepada pihak lain. Perbedaan cara pandang antara amil dan calon *muzakki* seringkali menjadi hambatan yang signifikan, sehingga diperlukan kemampuan untuk memahami perspektif orang lain dan mencari titik temu yang dapat diterima kedua belah pihak. Strategi menghadapi tantangan ini adalah dengan pendekatan yang sabar dan bertahap. Sebagaimana dijelaskan oleh informan 1 sebagai berikut:

"jadi baa kami harus bisa mayakinkan inyo untuk amuah mambayia zakat ka baznas, yo harus lambek-lambek, saba balunakan gigi pado lidah supayo inyo ngarati tu beko amuah nyo mambayia zakat ka Baznas".

Jadi bagaimana kami harus bisa meyakinkan dia untuk mau membayar zakat ke BAZNAS, ya harus pelan-pelan, sabar melembutkan gigi pada lidah supaya dia mengerti itu baru mau dia membayar zakat ke BAZNAS. Mengubah paradigma masyarakat dari kebiasaan lama menuju pemahaman baru tentang pengelolaan zakat memerlukan strategi yang sangat hati-hati dan berkelanjutan.

BAZNAS Kabupaten Tanah Datar menyadari bahwa perubahan paradigma tidak dapat dilakukan secara instan tetapi memerlukan proses edukasi yang konsisten dan pendekatan yang bijaksana. Mereka selalu berupaya menyampaikan pembaharuan pemahaman dengan cara yang tidak menggurui dan tidak merendahkan tradisi yang sudah ada. Salah satu tantangan spesifik yang sering dihadapi adalah persepsi sebagian masyarakat bahwa membayar zakat melalui BAZNAS belum cukup untuk memenuhi kewajiban berzakat. Beberapa masyarakat merasa bahwa mereka belum benar-benar berzakat jika tidak menyerahkan langsung kepada mustahik. Sebagaimana diungkapkan oleh informan 2 sebagai berikut:

"sebagiaan masyarakat tu ado yang mengecek-an kalua mambayia zakat ka baznas ko rasonyo kito alun mambayia zakat jadi ancak nyo mambayia zakat langsung ka urang yang nyo anggap bisa manarimo zakat".

Sebagian masyarakat itu ada yang mengatakan kalau membayar zakat ke BAZNAS ini rasanya kita belum membayar zakat, jadi lebih baik dia membayar zakat langsung ke orang yang dia anggap bisa menerima zakat. Tantangan ini menunjukkan adanya gap pemahaman tentang konsep amil zakat dalam Islam dan peran lembaga formal dalam pengelolaan zakat. BAZNAS Kabupaten Tanah Datar harus bekerja keras untuk mengedukasi masyarakat bahwa penyaluran zakat melalui amil yang resmi tidak hanya sah secara syariat tetapi juga lebih efektif dalam mencapai tujuan zakat sebagai instrumen keadilan sosial dan pengentasan kemiskinan.

Hasil wawancara dari beberapa orang informan di atas dapat diketahui bahwa penerapan strategi persuasif BAZNAS Tanah Datar dengan menerapkan beberapa prinsip *Qaulan*, mampu mengajak dan meyakinkan *muzakki* untuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS. Pendekatan dengan menerapkan prinsip *Qaulan* merupakan prinsip dasar yang diajarkan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an untuk mengajak orang lain atau merubah kebiasaan orang lain kepada sesuatu baru yang belum pernah dilakukan. Ucapan saja belum bisa sepenuhnya merubah keyakinan orang lain, maka diperlukan bukti yang nyata yang bisa diperlihatkan kepada *muzakki*.

Hal ini disikapi oleh BAZNAS Tanah Datar dengan memperlihatkan program-program yang telah terealisasikan kepada mustahik zakat, berupa bedah rumah, berobat gratis dan bea siswa untuk melanjutkan pendidikan. Tentunya hal ini menambah keyakinan bagi *muzakki* untuk semakin percaya membayarkan zakatnya ke BAZNAS Tanah Datar.

Semua kesuksesan yang dilakukan BAZNAS Tanah Datar tidak terlepas dari perjuangan yang sabar, karena adanya tantangan

dan hambatan yang dialami ketika mengajak *muzakki* untuk membayarkan zakatnya melalui BAZNAS, untuk itu peran seorang *Da'i* yang sudah diamanahkan sangatlah penting untuk mengatasinya, sehingga hambatan dan tantangan yang dihadapi amil bisa terselesaikan dengan baik.

b. Bagaimana Normatif Re-Edukatif Strategi BAZNAS Tanah Datar dalam Mengajak *Muzakki* di Kabupaten Tanah Datar?

Jalaluddin Rahmat mengemukakan normatif re-Edukatif strategi adalah strategi untuk menanamkan dan mengganti paradigma norma masyarakat yang lama dengan yang baru. Strategi ini tidak hanya untuk merubah perilaku yang tampak tetapi mengubah keyakinan dan nilai. Nilai edukatif adalah nilai-nilai yang terkandung dalam suau hal yang bersifat mendidik dan memberikan pelajaran bagi individu atau kelompok. Nilai-nilai ini mencakup aspek sikap, perilaku, dan pengetahuan yang dapat membentuk karakter dan kepribadian seseorang, serta memberikan manfaat bagi kehidupan pribadi dan sosial. Bagaimana BAZNAS Tanah Datar menerapkan normatif re-Edukatif strategi dalam mengajak *muzakki* di Kabupaten Tanah Datar, dapat diketahui dari hasil wawancara dengan informan 1 sebagai berikut:

“Caro ambo untuk mengajak muzakki supaya namuah berzakat lewat BAZNAS Tanah Datar yo dengan caro arif dan bijaksana, lemah lembut, manggunuan kato-kato yang santun, ramah, nan pantiang bana ba hati muzakki sanang mandanga panyampaian awak, nilai-nilai adat setempat tatap ambo jago. Sudah tu baru ambo bari tahu konsep pendistribusian zakat yang baik menurut agama Islam, bahwa Sabab urang Minangko jiko lah tabiaso mangarajoan sesuatu apolai alah dari dulunyo warisan ko ditarimonyo, agak susah untuak maubahnya ka suatu yang baru. Salamo ko yang muzakki tahu bahwasanyo zakat kok lah sampai, langsung jo dibayarkan dan diagiahkan kepada mustahik nan taragak dek muzakki mambarikan. Hal samacamko seakan sudah manjadi kebiasaan yang sulit rasonyo diubah, tibo-tibo datang jo ajakan untuk dikelola oleh amil zakat, tantu manulaknyo apolai ndak

dapek caro nan elok diawak katiko manyampaikan ajakan. Kadang ado yang sifanyo pengajaran tapi ndak bermaksud menggurui, cukup membuka wawasan terhadap hasil positif pendistribusian zakat ke mustahik yang dikelola oleh BAZNAS Tanah Datar. Kadang ado lo dengan sistim diskusi, ba untuak kamajuan BAZNAS dimasa yang akan datang. Pokoknyo paralu digunokan strategi yang rancak kattiko awak mangajak urang disesuaikan dengan karakter muzakkinyo. Inshaallah caro yang dilakukan salamo ko mandapek tanggapan yang positif dari muzakki”.

Cara saya mengajak muzaki supaya memberikan zakatnya ke BAZNAS Tanah Datar dengan cara arif dan bijaksana, lemah lembut, menggunakan kata-kata yang santun, ramah yang terpenting hati *muzakki* senang mendengarnya, nilai-nilai adat setempat tetap harus dijaga. Selanjutnya dijelaskan konsep pendistribusian zakat yang baik menurut agama Islam. Sebab orang Minang jika sudah terbiasa mengerjakan sesuatu, apalagi yang didapat dari turun menurun, sehingga agak susah mengubahnya kepada sesuatu yang baru. Selama ini yang ada dalam pemikiran *muzakki*, bawa zakat jika sudah sampai haul dan nisabnya, langsung dibayarkan dan diberikan kepada mustahik yang diinginkan muzaki. Hal semacam ini sudah menjadi kebiasaan yang sulit rasanya unuk diubah, tiba-tiba datang seruan bahwa zakat harus dikelola oleh amil zakat, tentu hal ini diolak oleh *muzakki*, apalagi idak dengan cara yang tepat ketika menyampaikan ajakan tersebut. Kadang ajakan tersebut bersifat pengajaran tapi tidak bermaksud untuk menggurui, cukup membuka wawasan terhadap hasil positif pendistribusian zakat ke mustahik zakat yang dikelola oleh BAZNAS Tanah Datar. kadang dengan sistem diskusi, membicarakan untuk kemajuan BAZNAS masa yang akan datang. Pokoknya perlu menggunakan strategi yang bagus ketika kita mengajak harus disesuaikan dengan

karakter *muzakkinya*. Insyaallah cara yang dilakukan selama ini mendapat tanggapan yang positif dari *muzakki*.

Hasil wawancara dari informan 1 dapat dipahami bahwa unuk merubah cara pandang *muzakki* terhadap pembayaran zakat melalui merubah cara pandangnya terhadap bagaimana sebenarnya pendistribusian zakat ini di dalam ajaran Islam. Cara yang dilakukan oleh amil zakat kabupaten adalah cara lemah lembut, sopan dan ramah tanpa mengabaikan nilai-nilai adat yang berlaku di daerah setempat. Cara lain yang dilakukan adalah memberikan pengajaran yang baik, karena perlu diberi pemahaman secara kognitifnya, karena memang belum mengetahui bahwasanya sebaik hara zaka dikelola oleh badan yang berwenang, kalau di Kabupaten anah Datar adalah BAZNAS. Cara selanjunya adalah dengan melakukan diskusi dengan cara yang baik, bukan mencari kalah atau menang dalam berdiskusi, dengan cara ini ada saran, saling bertukar pikiran untuk kemajuan BAZNAS Tanah Datar untuk masa yang akan datang.

Perencanaan untuk mewujudkan pendistribusian zakat yang lebih berguna, maka BAZNAS Tanah Datar telah mensosialisasikan program-programnya ke masyarakat, diantara program tersebut adalah bedah rumah, bea siswa dan beroba gratis hal ini bisa dilihat dari hasil wawancara dengan informan 2:

“Banyak program yang kami tawarkan ka masyarakat, mulai dari bedah rumah, kami ado. Jadi rumahnyo yang ndak layak di huni kami buek jadi rumah layak huni, ado bantuan barubek, patang baznas karejo samo jo pemerintah daerah magih bantuan berobat gratis bagi Masyarakat kabupaten tanah datar, yang BPJS nyo manunggak bisa barubek gratis indak paralu mambayia dando BPJS yang lamo. Program-program ko disampaikan ka muzakki waktu sosialisasi ka tampeknyo, sehingga menjadi salah satu daya tarik bagi muzakki unuk membayarkan zakatnya ke BAZNAS” (Informan 2).

Selanjutnya cara BAZNAS dalam menanggapi sikap *muzakki* calon *muzakki* yang menolak ajakan berzakat kepada BAZNAS Tanah Datar dapat diketahui dari informan 1 sebagai berikut:

“Penolakan suatu ajakan adalah hal yang alah biaso kami hadapi, yang penting silaturrahi tetap awak paliharo, kesabaran harus dijago, tegur sapa, ramah dan sopan, ndak buliah ado raso dendam,hal ini harus tatap dikemukakan. Iko kan lah tamasuak dak bil hal, semoga dengan perilaku yang tatap sabar ko bisa marubah pola fikir calon muzakki untuk mangaluakan zakatnyo lewa BAZNAS Tanah Datar”.

Penolakan suatu ajakan sudah sering kita temui, yang penting silaturrahi tetap dipelihara, kesabaran harus dijaga, tetap bertegur sapa, ramah dan sopan, tidak boleh ada rasa dendam, hal ini harus tetap dikedepankan. Perbuatan ini sebenarnya sudah termasuk dakwah bil hal, semoga dengan perilaku yang tetap sabar mampu mengubah pola fikir calon *muzakki* untuk mengeluarkan zakatnya lewat BAZNAS Tanah Datar.

Hasil wawancara dengan informan 1 dapat dipahami bahwa jika ada penolakan dari ajakan untuk membayarkan zakat ke BAZNAS harus ditanggapi dengan penuh kesabaran, hubungan silaturrahi tetap dijaga. Artinya kalau tidak berhasil dengan dakwah bil lisan, maka dakwah bil lisanpun bisa dilakukan, bahkan pendekatan semacam ini yang bisa mampu merubah cara pandang dan sikap seseorang terhadap perilakunya yang lama ke perilaku yang baru.

Pendistribusian zakat oleh BAZNAS Tanah Datar sudah banyak terealisasikan kepada mustahik zakat di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini tidak lepas dari banyaknya muzaki yang sudah membayarkan zakatnya lewat BAZNAS. Apa yang membuat *muzakki* mau membayarkan zakatnya kepada BAZNAS Tanah

Datar dapat diketahui dari wawancara dengan informan 3 dan 4 sebagai berikut:

“Kini baru ambo sadar dan jo mangarati, sabananyo harto zakatko sebaiknya dikelola oleh amil zakat, dan iko tamasuak perintah dari Allah SWT, dan mulai dari maso Nabi Muhammad SAW, sahabat zakatko memang jadi wewenang pimpinan atau ado lembaga yang mengelolanya. Sudah tu lah wak caliak lo program dan pendistribusian zakat ko diamil zakat yo alah sangaik rancak dan tapek sasaran, hinggo tujuan zakatko bisa terwujud jadinya, yaitu untuk menyederatakan ekonomi umat Islam. Kok dapek urang yang mustahik suatu saat menjadi muzakki dan masalah kemiskinan bisa teraasi dengan cepat”.

Sekarang saya baru sadar dan mengerti tentang harta zakat ini dikelola oleh amil zakat, ini termasuk perintah Allah SWT, dan mulai dari masa Nabi Muhammad SAW, sahabatnya Nabi SAW harta zakat ini memang menjadi wewenang pimpinan atau lembaga untuk mengelolanya, kemudian saya lihat program dan pendistribusian zakat ini oleh amil zakat sudah sangat bagus dan tepat sasaran, sehingga tujuan zakat ini bisa terwujud, yaitu untuk menyederatakan ekonomi umat Islam. Kalau dapat mustahik hari ini, suatu saat bisa menjadi *muzakki*.

Hasil wawancara dengan informan 3 dan 4 dapat dipahami bahwa ketterarikan muzakii untuk membayar karena sudah ada pengetahuan tentang zakat, adanya program untuk mendistribusikan zakat, dan memahami tujuan zakat yaitu untuk menyederatakan ekonomi umat Islam. Khususnya.

Hasil wawancara dari beberapa informan di atas dapat dipahami bahwa penerapan nilai edukatif sangat penting dalam penerapan strategi BAZNAS untuk mampu merubah paradigma lama masyarakat yang selama ini memahami bahwa harta zakat tidak boleh dikelola oleh orang lain, dan mendatangkan paradigma baru untuk terwujudnya masyarakat Islam yang sejahtera.

B. Pembahasan

1. Persuasif *strategy* BAZNAS tanah datar dalam mengajak *muzakki* di kabupaten tanah datar

Qaulan Layyina ini adalah etika komunikasi yang diimbangi dengan sikap dan perilaku yang baik, lemah lembut, tanpa emosi dan cacik maki, atau dalam Bahasa komunikasi antara pesan verbal dan non verbal harus seimbang. Bila dihubungkan dengan dakwah yang dilakukan oleh baznas kabupaten tanah datar, amil tidak hanya lemah lembut dalam berucap akan tetapi juga harus bisa menjaga sikap untuk membuat para *muzakki* yakin dan percaya kepada lembaga baznas kabupaten tanah datar.

Definisi *Qaulan sadida* menurut (Rahmat, 2021) adalah “wacana yang tulus dan jujur”. Kata yang benar dari hati yang suci dan bersih sehingga ia dapat mencapai sasaran yang dituju melalui pintu pikiran dan hati mereka, bersikap jujur dan tidak berbohong berarti mengatakan yang sebenarnya. Amil baznas kabupaten tanah datar sangat memegang prinsip kejujuran itu sehingga membuat *muzakki* tidak ragu dan percaya untuk menyalurkan zakat mereka kepada baznas kabupaten tanah datar.

Qaulan masyura pada dasarnya adalah isi pesan yang disampaikan komunikator, yaitu cara penyampaian pesan secara sukarela dan mudah dipahami tanpa berpikir ulang. Bahasa komunikasi yang sederhana, mudah, tepat, dan berisi apa yang dibutuhkan. Jadi ada komunikasi efektif yang dapat mempromosikan kesenangan dan membangun hubungan sosial yang baik.

Amil baznas kabupaten tanah datar harus memiliki keahlian dalam menjawab pertanyaan dengan jelas dan tepat dan tidak berbelit-belit agar *muzakki* tidak bingung dengan pesan yang disampaikan oleh baznas kabupaten tanah datar.

Qaulan baligha perkataan yang membekas dalam jiwa, perkataan yang mudah dipahami dan tidak berbelit-belit. Seorang yang mampu menyampaikan kata-kata dengan baik dinamakan baligh.

Begitu juga mubaligh merepukan seorang yang menyampaikan berita yang cukup kepada orang lain dengan baik. Dalam komunikasi dakwah, ungkapan *Qaulan baligha* bisa dipami sebagai perkataan atau pesan komunikator untuk menyesuaikan pembicaraanya dengan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya.

Badan amil zakat nasional kabupaten tanah datar dalam hal ini membentuk program *Da'i* pemberdayaan Masyarakat yang bertugas menyampaikan dakwah baznas dengan perkataan yang baik dan dapat menyentuh hati masyarkat, mereka merekrut para mubaligh muda yang bisa beradaptasi dengan masyarkat dan juga membimbing para anak untuk menyebarkan dakwah islam dan menyampaikan dakwah baznas kabupaten tanah datar.

Qaulan karima, dalam komunikasi dakwah, *Qaulan karima* berarti lebihmenekankan pada komunikan atau *mad'u* yang lebih tua. Maka pendekatan yang dilakukan oleh komunikator atau *Da'i* adlah pendekatan akhlak mulia berlandaskan kesantunan, kelembutan dan sopan santun. Mengungkapkan kata yang baik dengan penuh hikmah dan tidak menggurui dan percakapan yang berapi-api sehingga menyakiti *mad'u* yang lebih tua.

Amil BAZNAS kabupaten tanah datar sangat memegang teguh *Qaulan karima* ini, mereka menyampaikan dakwah dengan sikap yang sopan dengan perkataan yang lembut dan tidak menyakiti orang yang medengarkan. *Da'i* yang pemberdayaan yang mereka tugaskan juga dibimbing untuk melakukan dakwah yang lembut dan tidak menyakiti hati orang yang mendengarkan, mereka juga harus bisa menyesuaikan diri dengan kebiasaan pemahaman di Tengah Tengah Masyarakat tempat mereka ditugaskan.

Qaulan ma'rufa, yaitu perkataan yang baik, santun dan tidak kasar. Menyampaikan dakwah tidak bisa hanya memikirkan kepuasan kita dalam menyampaikan, kita harus memikirkan bagaimana respon orang menerima pesan dakwh tersebut, jika kita sendiri tidak nyaman

dengan dakwah yang keras dan kasar begitu juga dengan orang lain yang tidak akan bisa menerima dakwah dengan cara yang kasar. Baznas kabupaten tanah datar menyampaikan dakwah dan mengajak para *muzakki* dengan perkataan baik tanpa menyampaikan dampak atau hukum tuhan yang akan diterima jika tidak membayar zakat.

2. Norma *Re-educative Strategy* BAZNAS Tanah Datar dalam mengajak *muzakki* di Kabupaten Tanah Datar.

Menanamkan dan mengganti paradigma norma masyarakat yang lama dengan yang baru. Strategi ini tidak hanya untuk merubah perilaku yang tampak tetapi juga mengubah keyakinan dan nilai. Menyampaikan dakwah itu mudah, saat kita mengajak orang untuk melakukan suatu kebaikan maka itulah yang dinamakan dakwah. Menyampaikan dakwah yang tidak bertentangan dengan kebiasaan orang lain juga tidak terlalu sulit, akan tetapi jika kita harus menyampaikan dakwah yang bertentangan dengan kebiasaan masyarakat maka disanalah tantangan dakwah yang sebenarnya.

Disaat Nabi SAW mengajak penduduk Mekkah untuk berbuat baik dan jujur, tidak banyak diantara mereka yang menentang dakwah tersebut, akan tetapi disaat nabi mulai menyampaikan dakwah yang akan merubah kebiasaan mereka yang menyembah berhala, maka disaat itulah muncul penolakan-penolakan dari bangsa arab khususnya yang berada di sekitaran Nabi Muhammad SAW di sekitaran ka'bah.

Merubah kebiasaan yang sudah mandarah daging dan menjadi rutinitas dan pemahaman yang mereka anggap benar dari dulu sangatlah sulit dan sangat banyak tantangannya. Penolakan-penolakan itu selalu bermunculan.

BAZNAS Kabupaten Tanah Datar.juga mengalami hal-hal serupa disaat mengajak para calon *muzakki* untuk menyalurkan zakat mal atau zakat fitrah mereka kepada BAZNAS Kabupaten Tanah

Datar. Masyarakat Kabupaten Tanah Datar memiliki paham dan kebiasaan dalam membayar zakat langsung kepada mustahik yang mereka anggap memiliki hak untuk menerima zakat.

Mereka mengatakan jika zakat yang mereka salurkan bukan langsung kepada orangnya kurang afdol dan rasanya belum mengeluarkan zakat. Padahal di zaman nabi Muhammad SAW, Nabi SAW memerintahkan beberapa sahabat untuk mengumpulkan zakat dari kaum muslimin, ini menandakan bahwa zakat itu dikumpulkan disatu lembaga atau tempat terlebih dahulu baru di salurkan kepada para mustahik atau orang yang berhak menerima zakat.

Bahkan di Kabupaten Tanah Datar ada Sebagian mubaligh yang menyampaikan untuk langsung memberikan zakat kepada orang berhak tanpa melalui badan amil zakat yang didirikan pemerintah. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi amil zakat baznas kabupaten tanah datar.

Merubah pemahaman dan kepercayaan yang sudah lama diyakini dan jalankan oleh masyarakat tentu sangat sulit akan tetapi itu bukan berarti tidak bisa. Melalui dakwah yang sopan, lembut dan santun para Amil Zakat Baznas Kabupaten Tanah Datar melakukan dakwah itu dengan perlahan untuk mengubah pemikiran tersebut, mereka menyampaikan dakwah dengan lembut untuk bisa berdiskusi dan memberikan pemahaman yang baru agar Masyarakat mau menyalurkan zakat mereka kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar. Cara ajakan yang dilakukan amil zakat sudah sejalan dengan prinsip ketentuan QS: an-Nahl: 125. Yaitu dengan hikmah, mau'izah (pelajaran yang baik), dan melakukan bantahan dengan cara yang baik.

BAZNAS Kabupaten Tanah Datar juga menjalan program-program yang strategis untuk menarik hati dan menyadarkan

Masyarakat Tanah Datar agar mau menyalurkan zakat mereka kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar. BAZNAS Kabupaten Tanah Datar menjalankan program seperti, bantuan berobat, bantuan bedah rumah, bantuan pendidikan dan bantuan modal usaha. BAZNAS Kabupaten Tanah Datar juga memiliki program dai pemberdayaan yang ditempatkan diseluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Tanah Datar.

Setelah melakukan beberapa program-program strategis ini BAZNAS Kabupaten Tanah Datar selalu berusaha untuk mengubah cara pandang masyarakat untuk mau menyalurkan zakat mereka kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar. Jika zakat itu disalurkan kepada BAZNAS maka cangkupan atau ada banyak mustahik yang dapat merasakan manfaat dari zakat yang dikeluarkan oleh para *muzakki* tersebut.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Mengajak Muzakki di Kabupaten Tanah Datar*, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa, Strategi Persuasif yang diterapkan oleh BAZNAS Tanah Datar terbukti efektif dalam mengajak *muzakki*. Strategi ini dilakukan melalui pendekatan personal, komunikasi interpersonal, serta sosialisasi yang intensif melalui media dakwah langsung dan tidak langsung. Penyampaian informasi dilakukan secara lembut, menyentuh emosional, serta memberikan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya zakat melalui media sosial, ceramah keagamaan, dan publikasi program.

Strategi Norma *Re-educative* digunakan untuk membentuk kembali cara pandang masyarakat terhadap zakat. Strategi ini terlihat dalam upaya edukatif yang dilakukan secara sistematis oleh BAZNAS Tanah Datar, baik melalui pendidikan keagamaan, dialog terbuka dengan masyarakat, maupun penguatan nilai-nilai keislaman melalui program-program pemberdayaan *mustahik*.

Strategi membangun kepercayaan serta transparansi dalam pengelolaan zakat, BAZNAS berhasil menggiring perubahan keyakinan dan kebiasaan masyarakat agar menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Keberhasilan strategi tersebut tidak hanya ditunjukkan melalui peningkatan jumlah *muzakki* dan penghimpunan zakat setiap tahun, tetapi juga melalui terbentuknya citra BAZNAS sebagai lembaga yang amanah, profesional, dan terpercaya. Dengan strategi dakwah komunikasi yang matang dan terstruktur, BAZNAS Tanah Datar berhasil mempertahankan posisinya sebagai lembaga pengelola zakat pilihan utama di tengah masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada BAZNAS Kabupaten Tanah Datar, diharapkan agar terus mengembangkan strategi komunikasi dakwah dengan menyesuaikan perkembangan teknologi informasi dan karakteristik sosial masyarakat. Peningkatan kualitas sumber daya manusia, khususnya para amil zakat dalam bidang komunikasi dan dakwah, perlu terus dilakukan agar proses ajakan kepada *muzakki* semakin efektif.
2. Kepada masyarakat, khususnya para *muzakki*, diharapkan memiliki kesadaran dan tanggung jawab keagamaan untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi seperti BAZNAS, agar pengelolaan dan penyalurannya dapat dilakukan secara profesional, tepat sasaran, dan membawa dampak yang lebih luas.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti lebih lanjut tentang efektivitas masing-masing jenis strategi dakwah yang digunakan oleh lembaga zakat lainnya, guna mendapatkan perbandingan serta pemahaman yang lebih luas terkait model dakwah kontemporer dalam pengelolaan zakat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdullah Muhammad Qadaruddin. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Achmadin, Balya. 2023. *Studi Islam Konteks Materi Dakwah Islam Perspektif Bahasa Al-Qur'an*. 2(1), 29-47
- Agus Nurasation. 2006. *Hadis Tujuan Dakwah*. Universitas Maulana Hasanuddin Bnaten. Skripsi.
- Arabi Khairi Syeikh Maulana. 2020. *Dakwah dengan Cerdas*, Yogyakarta: Laksana.
- Alimuddin, Nurwahidah. "Konsep Dakwah dalam Islam." *Hunafa* 4, no.1 (2007): 73-78
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. *Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia*, (Edisi Penyempurnaan 2019).
- Ali, Atabik dan A. Zuhdi Muhdlor. 1998. *Kamus Kontemporer Arab Indonesia*, Yogyakarta: Multi Karya Grafika.
- Amin, HM Masyhur. *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. (Al Amin Press, 1997).
- Arifin, M. (1993). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Bulan Bintang
- Aziz, Moh. Ali. 2017. *Ilmu Dakwa*. Jakarta: Kencana
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1983)
- Bayanuni Muhammad Abu Al-Fath. 2021, *Pengantar Ilmu Studi Dakwah*, Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar.
- Birahmat, B., & Farlina, N. (2020). *Pemanfaatan tanah wakaf sebagai prasarana dakwah di Kecamatan Tebat Karai*. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 155–176
- Dauly. 2018. *Zakat sebagai Pesan Dakwah: Antara Pengelolaan dan Perubahan Status Manusia*, 10(1), 91-123.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (edisi ke-3). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Dyatmika Teddy, 2021, *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (ed. ke-20). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eka, Enjang. 2018. *Qaulan Layyina*. Bandung: UIN Sunan Gunung Jati.
- Faizah & Effendi L, M. 2018. *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hadits Sahih Riwayat Al-Bukhari: 3202
- Hafidhuddin, Didin. 2000. *Dakwah Aktual*, cet. 2. Jakarta: Gema Insani Press.

- Hafidhudin Didin, 2002, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, Jakarta; GEMA INSANI.
- Harahab Yulkarnain, 2024, *Hukum Zakat dan Wakaf*, Jakarta Timur: Sinar Grafika
- H.M. Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006).
- Hafidhuddin, D. (2001). *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hamzah, Ya'qub. *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*. Cet. IV. (Bandung: CV. Diponegoro, 1992).
- Harahab, N. (2024). *Pandangan As-Sayyid Sabiq dan Yusuf al-Qaradawi tentang Pengelolaan Zakat bagi Fakir Miskin* (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). NIM 00360132, Hal. 20.
- Hasan, M. (2024). *Dakwah: Perspektif Teoritis dan Praktis*. Penerbit Al-Hikmah.
- Husaini Hasan, 2024, *Memahami Dakwah Kontemporer: wawasan dari karya syekh Dr. Fathi Yakan*, Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Hussein Abu Ali Ammar, 2021, *Strategi Dakwah Islam*. California: Blurb
- Ihsan. 2022. *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Berdakwah pada Pengurus Komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung*. Universitas Islam Negeri Raden Intan. Skripsi.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Iskandar, 2019. *Dakwah Inklusif*. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press
- Koesomowidjojo Suci Mar'lh , 2021. *Dasar-Dasar Komunikasi*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Lasswell, H. 1960. *The Structure and Function of Communication in Society*. Urbana: University of Illinois Press
- Lumbu A Aliyandi, 2020. *Strategi Komunikasi Dakwah*. Yogyakarta: CV. Gre Publishing
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Natsir, M. (1977). *Fiqh ud-Dakwah: Jejak Risalah dan Dasar-dasar Dakwah*. Jakarta: Dewan Dakwah Islamiyyah Indonesia. Halaman 132-144
- Najhan dan Yuda. 2022. *Qaulan Sadida, Qaulan Ma'rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Maysura, Qaulan Layyina dan Qaulan Karima itu sebagai Landasan Etika Komunikasi dan Dakwah*, 1(2), 76-84.
- Nugroho. 2020. *Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Sholeh Drehem*, 3(1), 16-29.

- Niswati Jalilah. 2019. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Pranamedia Group.
- Pawiyah. 2024. *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menyiarkan Seni Islam*. Universitas Islam Negeri Syarif. Skripsi.
- Ridwan. 2023. *Dakwah Persuasif Nabi Musa dalam Perspektif Komunikasi Dakwah Kontemporer*, 21(2), 113-130.
- Rizka, Nurfiyah, Narsi. 2023. *Strategi dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menunaikan Zakat Maal di Baznas Kabupaten Barru*, 9(01), 2-12.
- Sanjaya, W. (2006). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Schramm, W., & Roberts, D. F. (Eds.). (1971). *The process and effects of mass communication* (Revised ed., pp. 3–53). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Sudirman. 2025. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Publikasi Indonesia Utama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi* (ed. 1, cet. 1, hlm. 5–6). Yogyakarta: PT Buku Kita
- Sugiyono, S. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (Bandung: Alfa Beta, 2010).
- Syukir, Asmuni. (1982). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Surabaya: Al Ikhlas
- Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada, 2011).
- Wahyu, Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010).
- Ya'qub H. Hamzah. *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*. Cet. IV. (Bandung: CV. Diponegoro, 1992).