

**STRATEGI LAZISMU KOTA MEDAN DALAM  
KOMUNIKASI PERSUASIF MEMBANGUN  
KESADARAN MASYARAKAT BERZAKAT DAN  
SHADAQAH**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**FACHRIEZY  
1903110057**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : FACHRIEZY  
N.P.M : 1903110057  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Skripsi : STRATEGI LAZISMU KOTA MEDAN DALAM KOMUNIKASI PERSUASIF MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT BERZAKAT DAN SHADAQAH

Medan, 23 September 2024

Pembimbing



Dr JUNAIDL, S.PdI., M.Si.  
NIDN : 2002018103

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN : 0127048401

Dekan



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP  
NIDN : 0030017402

## BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **FACHRIEZY**  
N P M : 1903110057  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Pada hari, tanggal : JUMAT, 11 OKTOBER 2024  
W a k t u : PUKUL 08.15 WIB S/D SELESAI

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom**

PENGUJI II : **H. TENERMAN, S.sos, M.I.Kom**

PENGUJI III : **Dr. JUNAIDI, S.Pdi, M.SI**

### PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

**Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP**  
NIDN : 0030017402



**Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom**  
NIDN : 0111117804

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **FACHRIEZY**. NPM 1903110057, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 14 November 2024

Yang menyatakan,



**FACHRIEZY**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillah Rabiil ‘segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang tak henti-hentinya memberikan nikmat serta kekuatan yang tak terhingga kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi berjudul Strategi Lazismu Kota Medan Dalam Komunikasi Persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. Salawat beriring salam tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada kita semua. Skripsi ini merupakan tugas akhir bagi mahasiswa yang harus diselesaikan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Lembaran ini sekaligus menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua penulis yaitu Ibunda tercinta Nur Salmah dan Ayahanda Alm. Syaifuddin atas segala doa, dukungan, dan cinta kasih yang begitu besarnya. Penulis selamanya akan bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orang tua penulis. Ibu dan Ayah penulis telah melalui banyak perjuangan dan rasa sakit. Maka dari itu penulis berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Penulis berjanji melakukan yang terbaik untuk semua kepercayaan yang diberikan. Terima kasih

telah menjadi orang tua yang sempurna bagi penulis dan memberikan makna kehidupan yang terdapat banyak sekali perjalanan dan pelajaran di dalamnya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan jalan menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos, M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Arifin Shaleh, S.Sos, M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Bapak Dr. Junaidi selaku dosen pembimbing penulis yang selalu sabar dalam membimbing dan mengajari penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
10. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu kelengkapan berkas-berkas dan juga informasi perkuliahan.
11. Terima kasih kepada kedua kakak, Ayu Ananda, dan Fallah Adibah saya yang telah mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari dalam pengerjaan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi pembahasan maupun dari segi penulisan.

**Medan, 12 September 2024**

**Penulis,**

**Fachriezy**

**STRATEGI LAZISMU KOTA MEDAN DALAM KOMUNIKASI  
PERSUASIF MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT BERZAKAT  
DAN SHADAQAH**

**Fachriezy  
1903110057**

**ABSTRAK**

Lazismu adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, wakaf dan dana kederewanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. Permasalahan yang hendak dijawab pada bab ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Lazismu Kota Medan Tembung Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. Penelitian ini menggunakan teori yang berkaitan dengan komunikasi, Strategi Komunikasi, dan Komunikasi Persuasif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis kualitatif dengan mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi untuk dibuat kesimpulan agar mudah dipahami. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lazismu Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat menggunakan strategi komunikasi yang berkaitan pesan komunikasi dan media komunikasi secara langsung atau Face to face. Masyarakat juga tertarik dengan edukasi dan pemahaman yang diberikan Lazismu Kota Medan dalam membangun kesadaran masyarakat untuk Berzakat dan Bershadaqah. Sehingga masyarakat antusias dalam melakukan kegiatan zakat dan Shadaqah dan selalu membayar Zakat mereka secara teratur.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Komunikasi Persuasif, Lazismu.



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Batasan Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1. Manfaat Praktis.....	8
1.5.2. Manfaat Akademis.....	8
1.5.3. Manfaat Teoritis.....	8
1.6. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	10
URAIAN TEORITIS.....	10
2.1. Komunikasi.....	10
2.2. Strategi Komunikasi.....	13
2.3. Komunikasi Persuasif Dalam Islam.....	14
2.4. Zakat.....	16
2.4.1. Syarat Wajib Zakat.....	17
2.4.2. Macam-Macam Zakat.....	18
2.4.3. Strategi Zakat.....	19
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Jenis Penelitian.....	21
3.2. Kerangka Konsep.....	21

3.3. Kategorisasi Penelitian.....	22
3.4. Informan dan Narasumber.....	23
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6. Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1. Analisi Di Lapangan.....	25
3.6.2. Reduksi Data.....	25
3.6.3. Penyajian Data.....	26
3.6.4. Penarikan Kesimpulan.....	26
3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.8. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	27
BAB IV.....	28
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1. Hasil Penelitian.....	28
4.2. Observasi.....	30
4.3. Hasil Wawancara.....	31
4.3.1. Strategi Komunikasi Persuasif.....	32
4.3.2. Teknik Komunikasi Persuasif.....	36
4.3.3. Membangun Kesadaran Masyarakat.....	39
4.4. Pembahasan Hasil Wawancara.....	42
4.4.1. Profil Informan.....	47
BAB V.....	48
PENUTUP.....	48
5.1. Simpulan.....	48
5.2. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.3. Kategorisasi Penelitian.....	22
-----------------------------------------	----

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.2. Kerangka Konsep.....	22
----------------------------------	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Zakat sebagai salah satu elemen dari syarat Islam tidak hanya memiliki dimensi ibadah namun lebih dari itu, zakat memiliki dampak yang lebih luas terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Zakat sebagai salah satu instrumen ibadah terlihat dari sejumlah perintah zakat dalam Al-Quran yang selalu disandingkan dengan perintah sholat. Setidaknya, terdapat delapan puluh dua perintah zakat yang selalu dikaitkan dengan perintah sholat.

Dalam surat At-Taubah ayat 60 menjelaskan tentang orang - orang yang berhak menerima zakat, ayat tersebut berbunyi:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي  
الرِّقَابِ وَالْغُرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ  
حَكِيمٌ

*“Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana.”*

Zakat merupakan ibadah maliyyah ijtima'iyah yang memiliki posisi sangat penting, strategis dan menentukan baik dilihat dari sisi ajaran Islam maupun kesejahteraan umat. Hal ini dapat dibuktikan dari sejarah perkembangan Islam, zakat menjadi sumber penerimaan negara dan berperan besar sebagai sarana syiar agama, pengembangan dunia pendidikan, pembangunan infrastruktur, bantuan penyedia layanan kesejahteraan sosial dan kebermanfaatannya lainnya. Pada zaman Rasulullah SAW, jenis harta yang dapat dijadikan zakat meliputi emas dan perak (*naqdin*) hasil pertanian, hewan ternak, barang-barang dagangan dan harta karun (*rikaz*).

Zakat dalam aspek sosial ekonomi merupakan suatu instrument yang dapat mendistribusikan pendapatan antara yang kaya dengan mereka yang miskin. Dengan ini, maka kesenjangan pendapatan antara kelompok masyarakat kaya dengan masyarakat miskin dapat diminimalisasi. Bagaimanapun, ukuran kaya dan miskin dalam Islam sangat jelas dilihat dari garis nisabnya. Jika kepemilikan seseorang berada di bawah garis nisab maka termasuk dalam kategori miskin (*mustahik*). Sebaliknya jika berada di atas garis nisab, maka termasuk dalam kelompok non miskin yang berarti wajib menunaikan zakat (*muzakki*). Tataran individu, zakat akan merangsang individu untuk melakukan tabungan akherat dan bermakna pula menggugurkan kewajiban zakat sebagai salah satu rukun Islam yang harus dipenuhi. Selain itu zakat sebagaimana artinya membersihkan menyucikan dan menyuburkan, maka dengan zakat berarti telah memberikan bagian harta si miskin yang ada dalam hartanya. Lebih dari itu, zakat bisa menjadi motivasi bagi individu untuk meningkatkan kinerjanya sehingga selalu termotivasi

untuk mengubah dirinya dari mustahik menjadi *muzakki*. Perintah ambillah zakat dalam hal ini jelas ditujukan kepada Negara untuk mengambil zakat dari masyarakatnya. Hal ini berarti pula bahwa zakat merupakan satu satunya ibadah muamalah yang mempunyai petugas yaitu amil zakat. Adapun perintah untuk membayar zakat, sebagaimana firman Allah SWT yang berbunyi:

سَمِيعٌ وَاللَّهُ ۖ لَهُمْ سَكَنٌ صَلَوَاتِكَ إِنَّ ۖ عَلَيْهِمْ وَصَلَّ ابْنَهُ وَتَزَكِّيهِمْ تُطَهِّرُهُمْ صَدَقَاتُ أَمْوَالِهِمْ مِنْ خُذْ عَلَيْهِمُ

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui”. (QS. At-Taubah (9): 103).

Perintah zakat yang disandingkan dengan perintah kewajiban melaksanakan sholat sebanyak 33 kali, sedangkan perintah zakat yang tidak disandingkan dengan perintah melaksanakan sholat atau disandingkan dengan kata lain seperti infaq dan shodaqoh ditemukan sebanyak lebih dari 40 kali. Salah satu dasar hukum yang menunjukkan perintah zakat adalah QS. Al-Baqarah: 43, yaitu:

الرُّكَّعِينَ مَعَ وَارْكَعُوا الزَّكَاةَ وَآتُوا الصَّلَاةَ وَأَقِيمُوا

Artinya: “Dan dirikanlah sholat, tunaikan zakat dan rukuklah beserta orang - orang yang rukuk”. (QS. Al-Baqarah: ayat 43).

Indonesia terdapat lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat,

infaq, wakaf dan kederewanan lainnya baik dari perseorangan maupun lembaga, pada dasarnya Indonesia merupakan negara memiliki potensi dana zakat yang cukup tinggi. Hal ini mengingat jumlah umat Islam yang lebih dari 240 juta jiwa tahun 2023. Hanya saja permasalahan yang muncul adalah pengelolaan dan pengumpulan dana zakat tidak dilakukan secara sistematis dan terstruktur sehingga kemanfaatan dana zakat yang besar tersebut tidak maksimal. Atas dasar Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) sebagai salah satu lembaga Filantropi Islam yang melakukan pemberdayaan masyarakat telah mempunyai program jangka panjang salah satunya pemberdayaan ekonomi masyarakat, yaitu untuk memberdayakan perekonomian mustahik masyarakat di Medan Tembung berdasarkan data jumlah *mustahik* yang ada di LAZISMU kurang lebih 2.000 *mustahik*, menurut undang – undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, shadaqah adalah harta atau non harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemashlahatan umum.

Pengumpulan zakat hendaknya atau seharusnya merupakan sesuatu yang terprogram dan terencana, termasuk ditentukan jadwalnya dengan jelas, dan tetap berlandaskan untuk beribadah kepada Allah dengan ikhlas. Lazismu, bahwasanya, komponen satu dan yang lainnya saling melengkapi, sehingga komponen-komponen pelaksana kegiatan tersebut memberikan kontribusi yang sangat tinggi terhadap pencapaian tujuan lembaga amil zakat tersebut. Begitu juga halnya dengan strategi *mustahik* (penerima zakat), keberadaannya sangat dibutuhkan, terlebih pelaksanaan kegiatan zakat di sebuah daerah, penerima zakat merupakan



subyek sekaligus obyek. Oleh karena itu, keberadaan penerima zakat bukan hanya sekedar suatu kebutuhan semata, akan tetapi lebih dari itu, penerima zakat harus bermutu (berkualitas) dalam meningkatkan kualitas hidup sehingga dapat menjadi *muzaki*. Sehingga penerima zakat dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan potensi fisik, kecerdasan intelektual, sosial, emosional, dan kejiwaan (psikologi) penerima zakat. Lazismu kiprahnya menjadi penghimpun dana serta penyaluran dana ZIS kepada masyarakat dengan melalui sistem layanan jemput, transfer via bank, dan *self service center*. Dalam hal ini masih saja memiliki beberapa kendala dan tantangan yang terdapat lembaga zakat di Kota Medan.

Berdasarkan perbandingan peneliti dengan pembahasan penelitian sebelumnya yang ada di Kota Medan bahwa masih ada permasalahan yang secara spesifik terkait problematika dalam menyalurkan dana kepada *mustahik* yang dikarenakan masih ada *muzakki* yang tidak yakin dengan lembaga amil lazismu dan juga SDM yang belum mumpuni Ikhlas dalam berzakat ke lembaga lazismu terdekat. Maka Peneliti sangat tertarik di Lazismu Kota Medan yang memiliki sinergi pendayagunaan sebagai lembaga *intermediate*, penyaluran dan pendayagunaan lembaga internal Muhammadiyah maupun diluar Muhammadiyah memiliki tujuan sinergi yang memberikan manfaat maksimal kepada masyarakat melalui sinergi dengan MPM (Majelis Pemberdayaan Masyarakat), PP Muhammadiyah, Program kemanusiaan bersinergi dengan LPB PP Muhammadiyah, Bidang ekonomi dengan MEK Muhammadiyah dan untuk pemberdayaan kaum wanita PP Aisyiyah.. Dari tujuan sinergi diatas yang menjadi

kekuatan lazismu Kota Medan Tembung ialah memiliki kebijakan strateginya, yaitu:

- 1) Prioritas penerima manfaat adalah kelompok fakir miskin dan fisabilillah.
- 2) Pendistribusian ZIS dilakukan secara terprogram (terencana dan terukur) secara Gerakan Muhammadiyah yakni: Pendidikan, Ekonomi, dan Sosial-Dakwah.
- 3) Melakukan sinergi dengan majelis, lembaga, ortom, dan Amal-Usaha Muhammadiyah dalam merealisasikan program.
- 4) Melakukan sinergi dengan institusi dan komunitas diluar Muhammadiyah sekaligus meningkatkan awareness public kepada persyarikatan.
- 5) Meminimalisir bantuan karitas kecuali bersifat darurat seperti daerah terparap bencana dan upaya dalam penyelamatan.
- 6) Intermediasi bagi setiap usaha yang menciptakan kondisi dan faktor-faktor pendukung bagi terwujudnya masyarakat islam yang benar-benarnya visi Muhammadiyah 2025.
- 7) Memobilisasi pelembagaan gerakan ZIS diseluruh struktur Muhammadiyah dan amal usaha.

Kebijakan lazismu Muhammadiyah Kota Medan menjadi sorotan kekuatan yang dimiliki dalam strategi membangun kesadaran masyarakat Kota Medan Tembung mempercayai lembaga lazismu di Jalan Mandala Medan Tembung. Sehingga dari latar belakang diatas, ketertarikan peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul: **“Strategi Lazismu Kota Medan Dalam Komunikasi Persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah”**.

### **1.2. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Komunikasi persuasif Lembaga Lazismu yang diteliti adalah kesadaran masyarakat Kota Medan Tembung dalam berzakat dan shadaqah.
2. Jangkauan data penelitian tentang strategi komunikasi persuasif Lembaga Lazismu Kota Medan Tembung dalam membangun kesadaran masyarakat berzakat dan shadaqah.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Lazismu Kota Medan Tembung Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja strategi komunikasi persuasif yang dilakukan Lembaga Lazismu Kota Medan Tembung

dan mengetahui kesadaran masyarakat Kota Medan Tembung dalam berzakat dan shadaqah.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

### **1.5.1. Manfaat Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi pesan kepada berbagai pihak, khususnya terhadap khalayak ramai dalam menambah wawasan tentang bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Lazismu Kota Medan Tembung Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah.

### **1.5.2. Manfaat Akademis**

Secara akademis hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi pengetahuan kepada pembaca, khususnya terhadap mahasiswa jurusan ilmu komunikasi dalam menambah wawasan tentang bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Lazismu Kota Medan Tembung Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah.

### **1.5.3. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi pengetahuan teoritis dalam Strategi Komunikasi Persuasif Lazismu Kota Medan Tembung Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah.

## 1.6. Sistematika Penulisan

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : URAIAN TEORITIS**

Pada bab ini menjelaskan tentang strategi komunikasi persuasif, Lazizmu Kota Medan, Kesadaran Masyarakat, Zakat dan Shadaqah.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bagian ini, penulisan menguraikan tentang metode penelitian, jenis penelitian, kerangka konsep, kategorisasi, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Pada bab ini, penulis menguraikan analisis data yang diperoleh dari penelitian dan pembahasan yang telah diteliti.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini berisikan tentang simpulan dan saran.



## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1. Komunikasi**

Komunikasi adalah suatu aktivitas fundamental dalam kehidupan manusia, didukung pada sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain membuktikan dari keterampilan manusia saat berkomunikasi secara otomatis menggunakan lambang-lambang dan isyarat. Proses seperti ini menciptakan semua unsur atau komponen saling berurutan yakni sumber dan pesan. Keterikatan antara semua unsur komunikasi akan melahirkan *feedback* atau umpan balik semua komponen (Jonnedi, Ginting, and Hendra 2020).

Istilah komunikasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *communication* yang berasal dari Bahasa Latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, yaitu sama makna. Kesamaan makna ini mengandung pengertian bahwa antara komunikator dan komunikan memiliki persepsi yang sama tentang apa yang sedang dikomunikasikan atau dibicarakan. Pihak komunikator dan komunikan memiliki sifat komunikatif. Sedangkan sifat komunikatif didapatkan jika kedua belah pihak mempunyai sifat empati (Audina et al. 2021).

Menurut “Webster New Collagiate” komunikasi adalah ”Suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku”. Lain halnya yang di kemukakan oleh Carl Hoyland, jenis dan Kelly menurutnya komunikasi adalah suatu proses melalui dimana

seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata – kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang (khalayak).

Everet M. Rogers dan Lawrence Kincaid (dalam Wiryanto, 2004: 6) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang ada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Definisi-definisi diatas belum bisa mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun, paling tidak kita memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud dengan komunikasi, sebagaimana menurut Lasswell proses komunikasi dapat dijelaskan dengan sangat baik oleh pernyataan sederhana: “siapa mengatakan apa kepada siapa didalam dengan saluran apa dengan dampak apa” (Kasih, 2019). Ilmu komunikasi telah menjadi pendekatan lintas disiplin, dalam arti mencakup berbagai disiplin ilmu lain yang saling memberikan kaitan ataupun pengaruh satu sama lain karena disadari bahwa komunikasi merupakan proses sosial yang kompleks dan melibatkan banyak unsur.

Pada hakikatnya komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan, dari istilah sampai beberapa ahli menjelaskan di atas. Peneliti sedikit menjelaskan kategori proses komunikasi agak mendalam, meskipun ini tidak terlalu teoritis. Pertama-tama peninjauan dari tiga perspektif, yaitu:

- a. Proses komunikasi Dalam Perspektif Psikologis



Proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses.

b. Proses komunikasi Dalam Perspektif Mekanistik

Proses ini berlangsung ketika komunikator mengoperkan atau “melemparkan” dengan bibir lisan atau tangan jika tulisan pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan dari komunikator oleh komunikan itu dapat dilakukan dengan indera telinga atau indera mata, atau indera-indera lainnya. Untuk jelasnya proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklarifikasikan menjadi proses komunikasi secara primer dan secara sekunder.

c. Komunikasi secara Primer

Lambang verbal, dalam proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan, oleh karena hanya bahasa yang mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal atau peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak, yang terjadi masa kini, masa lalu dan masa yang akan datang..

d. Proses komunikasi secara sekunder

adalah proses penyampain pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

e. Proses Komunikasi Dalam Perspektif Antropologi

Dalam tataran teoritik, komunikasi merupakan fungsi dari budaya dan perilaku komunikasi seseorang merupakan cerminan dari budayanya itu. Namun dalam tataran praksis, karena komunikasi bersifat simbolik, maka ketika seseorang menggunakan simbol sering mengasumsikan orang lain juga menggunakan sistem simbol yang sama.

- f. Sedangkan komunikasi Islami adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami (tidak bertentangan dengan ajaran Islam). Dengan demikian terjadilah konvergensi (pertemuan) antara pengertian komunikasi Islam dengan komunikasi islami. boleh dikatakan, komunikasi Islami adalah implementasi (cara melaksanakan) Komunikasi Islam.

## **2.2. Strategi Komunikasi**

Strategi adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) dalam rangka mencapai sebuah tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja, akan tetapi harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya (Cangara 2018). Rangkuti berpendapat bahwa strategi adalah : Perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya . Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi masalah dan hambatan yang datang dari dalam atau luar perusahaan (Novyanto 2021).

Strategi dan komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jadi yang dimaksud dengan strategi perencanaan komunikasi adalah pola-pola sebagai tujuan dan kebijaksanaan serta rencana-rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yang dirumuskan sedemikian rupa dengan memperhatikan kekuatan internal dan eksternal organisasi sehingga jelas program apa saja yang akan dilaksanakan untuk organisasi (Lubis, Pahlevi Hidayat, and Hardiyanto 2021).

Menurut AED (1985) (Audina et al. 2021) ada empat strategi komunikasi yang telah digunakan selama ini, yaitu:

- 1) Strategi-strategi berdasarkan media (media-based strategies), yakni komunikator yang dapat menentukan medium yang disukai, strategi ini memang teknik yang paling mudah, paling populer, dan tentunya yang paling kurang efektif..
- 2) Strategi desain instruksional, yakni strategi ini umumnya digunakan oleh para pendidik. Mereka itu memfokuskan strateginya pada pembelajaran baik secara individu maupun secara kelompok.
- 3) Strategi-strategi partisipatori, yakni bentuk partisipasi dan prinsip-prinsip penting dalam mengorganisasi kegiatan adalah kerjasama komunitas dan pertumbuhan pribadi (community participation and personal growth).

### **2.3. Komunikasi Persuasif Dalam Islam**

Komunikasi persuasif yang ditandai dengan unsur membujuk, mengajak, mempengaruhi dan meyakinkan, jika dilihat dari perspektif Islam dapat dikategorikan pada dakwah Islam (Shefira et al. 2024). Unsur-unsur yang terkandung dalam komunikasi persuasif menjadi dasar kegiatan dakwah karena dakwah secara etimologis berarti mengajak atau menyeru.

Dakwah merupakan bagian dari tugas setiap muslim, dalam beberapa ayat Al-Quran disebutkan bahwa dakwah menuju jalan Allah SWT hukumnya wajib. Kewajiban ini didasari perintah melaksanakan dakwah disampaikan dalam bentuk fiil amr, yaitu perintah secara langsung sebagaimana yang terdapat dalam surat An-Nahl ayat 125. dakwah yang dimasud dalam konteks yang relevan dengan komunikasi persuasif adalah dakwah billisan atau dakwah dengan menggunakan kata-kata atau lebih dikebal dengan tabligh (Ummah 2022).

Teknik komunikasi persuasif memiliki karakteristik yang khas dan memberikan efek positif bagi komunikan karena kemampuannya yang dapat mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan dengan tanpa paksaan; komunikan secara tidak sadar mengikuti keinginan komunikator. Oleh karena itu teknik komunikasi ini banyak dipakai dalam kegiatan Public Relations atau lebih dikenal dengan “Hubungan Masyarakat”. Berbeda dengan teknik komunikasi koersif yang bersifat memaksa kepada komunikan untuk mengikuti kehendak komunikator, sehingga memberikan efek yang tidak menyenangkan secara psikologis bagi penerima pesan (Novyanto 2021).

Jika dikaji menggunakan pendekatan ilmu komunikasi, Al-Quran mengandung ajaran tentang prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Sinyalmen tersebut memerlukan pengamatan secara seksama dan interpretasi dengan perspektif ilmu sosial khususnya komunikasi. Begitu pula hadits Nabi Muhammad SAW memuat prinsip - prinsip komunikasi. Term tersebut di dalam konteks Agama Islam dapat pula dipahami dan dikategorikan sebagai bagian dari ilmu dakwah. Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuan serta sasarannya, maka perlu perencanaan yang matang (Ummah 2022). Perencanaan dilakukan sesuai komponen - komponen proses komunikasi yakni komunikator, pesan, media dan komunikan. Komunikator harus bisa mengelola isi pesan sesuai menggunakan diri komunikan. Penataan pesan sedemikian rupa bersangkut-paut dengan penentuan media yang dipergunakan Bila memang memerlukan media agar dapat memberikan pesan tersebut. Media yang dipergunakan mirip media massa ataupun nirmassa.

#### **2.4. Zakat**

Zakat ditinjau dari segi bahasa mempunyai beberapa arti, yaitu keberkahan (al-barkatu), pertumbuhan dan perkembangan (al-nama'), dan kesucian (at}t}aharatu). Sedangkan pengertian zakat menurut istilah yaitu merupakan bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula. Dengan makna tersebut orang yang mengeluarkan zakat diharapkan hati dan jiwanya akan menjadi bersih, sebagaimana firman Allah SWT

dalam surat al-Taubah ayat 103, yang artinya: *“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”*. (Q.S al-Taubah: 103) (Rahman and Yasya 2020).

#### **2.4.1. Syarat Wajib Zakat**

Menurut Zuhaily dan Sahhatih syarat wajib untuk mengeluarkan zakat adalah sebagai berikut: A. Islam. Zakat hanya diwajibkan bagi orang Islam saja. Tidak ada kewajiban zakat atas orang kafir sesuai dengan kesepakatan (ijma’) para ulama. B. Merdeka. Seorang budak (hamba sahaya) tidak wajib mengeluarkan zakat dan tidak dapat dikatakan memiliki, karena pada dasarnya tuanyalah yang memiliki apa yang ada ditanganya. C. Harta yang dikeluarkan adalah harta yang wajib dizakati (Fahrul Shafi’, Cahyadi, and Harianto 2024).

Kriteria harta yang wajib dizakati, yaitu (1) emas, perak, dan uang baik kertas ataupun logam, (2) barang tambang atau barang temuan, (3) binatang ternak, (4) barang dagangan, (5) hasil tanaman dan buah-buahan.<sup>36</sup> d. Milik sepenuhnya. Harta yang akan dizakati hendaknya milik sepenuhnya bukan dari hutang ataupun titipan. Harta titipan tidak diperkenankan dikeluarkan zakatnya, kecuali harta tersebut dikeluarkan langsung oleh pemilik harta yang bersangkutan. E. Cukup haul. Cukup haul bagi sumber zakat tertentu seperti perdagangan, perternakan, emas dan perak, harta tersebut dimiliki genap setahun, selama 354 hari menurut tanggalan hijriah atau 365 hari menurut tanggalan masehi.

Sedangkan pada harta pertanian, tidak terkait pada ketentuan haul, harta tersebut dikeluarkan pada saat memetikanya atau memanennya ketika mencapai nishab. F. Harta telah mencapai nishab. Nishab adalah nilai minimal sesuatu harta yang wajib dikeluarkan zakatnya. Kebanyakan standar zakat harta (mal) menggunakan nilai harga emas saat ini, jumlahnya sebanyak 85 gram. Nilai emas dijadikan ukuran nishab untuk menghitung zakat uang simpanan, emas, saham, perniagaan, pendapatan, dan uang dana pension.

#### **2.4.2. Macam-macam Zakat**

##### **a. Zakat Mal**

Zakat Mal adalah bagian dari harta kekayaan seseorang atau badan hukum yang wajib diberikan kepada orang-orang tertentu setelah mencapai jumlah minimal tertentu dan setelah dimiliki selama jangka waktu tertentu pula, meliputi: 1) Zakat emas dan perak yaitu termasuk kekayaan utama umat manusia. 2) Zakat surat berharga yaitu diwajibkan atas surat berharga mencapai nisab dan haulnya, seperti saham, obligasi, investasi. 3) Zakat profesi / Zakat penghasilan yaitu zakat yang dikeluarkan dari hasil profesi seseorang, besarnya 2,5%. 4) Zakat tabungan yaitu uang yang telah disimpan selama 1 tahun dan mencapai nisab setara 85 gram emas, zakat yang wajib dikeluarkan atas tabungan sebesar 2,5%. 5) Zakat tijarah/perdagangan yaitu pada harta apa saja yang memang diniatkan untuk didagangkan untuk menjadi harta tetap dan dipakai sendiri. 6) Zakat hasil pertanian yaitu kewajiban zakat hasil pertanian, hanya pada kurma, padi, gandum, biji-bijian dan anggur. 7) Zakat hewan ternak yaitu hewan ternak yang dikenai zakat diantaranya adalah

unta, sapi dan kambing. 8) Zakat rikaz dan barang tambang/ma“din yaitu harta terpendam yang dipendam sejak zaman jahiliyyah. 9) Zakat hadiah yaitu zakat harta kekayaan yang diperoleh dari rezeki tidak terduga. 10) Zakat perusahaan yaitu zakat yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan berdasarkan perhitungan tertentu (Atantri and Amsari 2024).

#### b. Zakat Fitrah

Zakat fitrah adalah zakat yang diwajibkan pada akhir puasa bulan ramadhan. Hukumnya wajib bagi setiap orang muslim, kecil atau dewasa, laki-laki atau perempuan, budak atau merdeka.

### **2.4.3. Strategi Zakat**

Lembaga atau organisasi dalam mengemban misi dan tujuan lembaga, baik lembaga pemerintah, swasta, sosial keagamaan setiap tahunnya tidak terlepas dari sasaran atau target yang ingin dicapai. Sasaran dan target dibuat dan ditetapkan oleh pejabat atau pimpinan terkait, dalam konteks ini amil zakat. Dengan pertimbangan tersebut maka sebuah lembaga menyusun rencana dan program kerja serta melaksanakan apa yang ada dalam program kerja. Agar program kegiatan dapat terlaksana dalam kegiatan nyata dan untuk meminimalkan penyimpangan perlu adanya pembinaan dan pengawasan dalam proses kegiatan, kemudian dilakukan evaluasi dijadikan dalam penyusunan program kerja kedepan (tahun berikutnya) (Rahman and Yasya 2020). Sebagaimana kita ketahui dan banyak dikeluhkan dikalangan pakar zakat, infaq, shadaqah, bahwa dana Zakat Infak Sedekah (ZIS) belum secara optimal terealisasi dan terjadi sebagaimana harapan kita sebagai kaum muslimin. Berdasarkan beberapa pengalaman yang



telah mereka hadapi pada saat awal-awal bedirinya juga mengalami berbagai macam konflik dalam rangka untuk memungut zakat (Aflah 2018). Oleh karena itu diperlukan strategi tertentu yang menumbuhkan kesadaran berzakat dikalangan muslimin. Upaya untuk menumbuhkan kesadaran Zakat Infak Sedekah (ZIS) dikalangan muslimin dilakukan berbagai cara yaitu: a. Memberikan wawasan yang benar dan memadai tentang Zakat Infak Sedekah (ZIS) baik dari segi epistemologi, terminologi maupun kedudukannya dalam ajaran Islam. b. Manfaat serta hajat dari Zakat Infak Sedekah (ZIS) khususnya untuk pelakunya maupun para mustahiq zakat.

Pengelolaan Zakat Infak Sedekah (ZIS), didasarkan pada prinsip-prinsip pengelolaan yaitu: a. Azas kesadaran umum, asas yang berdampak pada kesadaran menumbuhkan kesadaran positif terhadap muzakki. b. Azas manfaat, hasil pengelolaan Zakat Infak Sedekah (ZIS) harus berdampak manfaat bagi kemaslahatan umat. c. Azas koordinasi, dalam pengelolaan Zakat Infak Sedekah (ZIS) hendaknya terjalin koordinasi yang harmonis antar berbagai instansi terkait, agar tercipta efisien dan efektivitas pengelolaan. d. Azas keterpaduan, pengelolaan Zakat Infak Sedekah (ZIS) perlu keterpaduan antara ulama dan umara. e. Azas produktifitas rasional, dalam pendayagunaan hasil pengumpulan Zakat Infak Sedekah (ZIS) diarahkan pada usaha yang produktif rasional.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif-deskripsi dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), pada penelitian ini disajikan dalam bentuk hasil penelitian berdasarkan fakta yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi serta teori dalam bentuk uraian deskripsi.

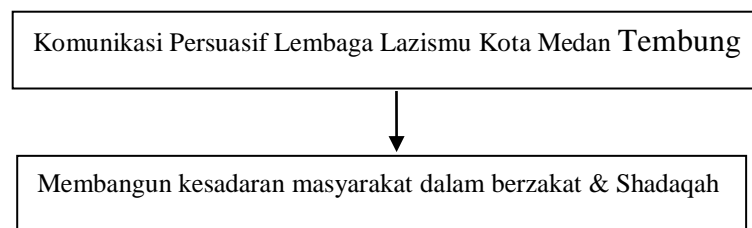
Metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode Penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut juga sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Iwan Hermawan 2019). Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Anggito and Setiawan 2018).

#### **3.2. Kerangka Konsep**

Notoarjo menyatakan bahwa kerangka konsep penelitian ialah suatu uraian serta visualisasi hubungan atau keterkaitan antara satu konsep dengan konsep yang lainnya, atau antara satu variable dengan variable yang lain dari masalah yang akan diteliti.

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas di atas selanjutnya akan diuraikan kerangka konsep yang berkaitan dengan masalah diteliti. Dengan kerangka konsep peneliti dapat mengetahui apa saja “Strategi Komunikasi Persuasif Lazismu Kota Medan Tembung”.

Gambar 3. 2 Kerangka Konsep



Sumber: Dalam Penelitian, 2023

### 3.3. Kategorisasi Penelitian

Table 3. 3 Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Strategi Lazismu Medan Tembung Dalam Berzakat & Shadaqah Medan Tembung	Teknik Komunikasi Persuasif
2.	Membangun Kesadaran Masyarakat Kota Medan Tembung	Mengetahui Kesadaran Masyarakat Dalam Berzakat & Shadaqah

Sumber: Dalam Penelitian, 2023

### **3.4. Informan dan Narasumber**

Narasumber adalah peranan dari seorang narasumber atau seorang informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang memiliki nilai dalam menguasai persoalan yang ingin diteliti dan mempunyai keahlian dalam berwawasan cukup. Pemanfaatan narasumber bagi peneliti ialah untuk memperoleh informasi dengan waktu yang relative singkat namun hasil informasi yang diperoleh lebih mendalam. Teknik penentuan subjek penelitian sebagai narasumber pada penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan teknik purpose sampling yang menentukan informan atau narasumber berdasarkan penilaian peneliti bahwa informan atau narasumber adalah pihak yang berkualitas untuk dijadikan sampel.

Subjek penelitian yang dimaksud yaitu narasumber. Tahap pertama ditarik sebagai narasumber kunci yaitu seseorang yang menguasai dan mengetahui tentang situasi dan kondisi penelitian, pada penelitian ini peneliti mengambil narasumber 1 pengurus Lazismu dan 3 warga yang berzakat di Lazismu.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan beberapa teknik pengumpulan data antara lain seperti wawancara, wawancara yaitu teknis dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu yang sesuai dengan data. Lalu wawancara mendalam dilakukan guna menambah data yang diperlukan melalui tanya jawab seputar topik yang terkait dalam permasalahan ini. Kemudian teknik kedua ialah dengan

cara observasi, yaitu pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki di lapangan. Teknik lainnya adalah dengan dokumentasi tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data, teknik ini dapat digunakan sebagai pelengkap dari teknik wawancara dan observasi.

- 1) Observasi merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data penelitian. Teknik ini ialah cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi dilapangan dan digunakan untuk mengamati secara langsung kegiatan- kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk melihat secara langsung fenomena tersebut.
- 2) Wawancara merupakan percakapan antara periset (seseorang yang ingin mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang dinilai mempunyai informasi penting terhadap satu objek). Wawancara dalam riset kualitatif, dapat juga disebut sebagai wawancara mendalam (depth interview) atau wawancara intensif (intensive interview) dan kebanyakan tidak berstruktur. Wawancara dalam riset kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam.
- 3) Dokumentasi merupakan sebuah rekaman kejadian yang ditulis atau dicetak, dokumen dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, foto, dan dokumen-dokumen lainnya. Dalam teknik pengumpulan data interaktif, peneliti dapat menemukan dokumen dari partisipan yang menawarkan untuk memberi rekaman pribadi kepada peneliti.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Pada umumnya, ciri-ciri penelitian kualitatif menggunakan analisis data secara induktif dimana, analisis data adalah data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi untuk dibuat kesimpulan agar mudah dipahami.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dimulai dengan memahami hasil penelitian wawancara yang dilakukan melalui informan. Setelah data sudah dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah menyusun data dalam satuan analisis (Sugyono 2014).

Dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun teknik analisis data yang penulis ambil yaitu:

#### **3.6.1. Analisis di lapangan**

Selama penelitian pengumpulan data masih berlangsung, peneliti melakukan analisis data dengan cara mencari, mencatat dan menafsirkan isi data.

#### **3.6.2. Reduksi Data**

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan

mencarinya apabila diperlukan. Reduksi data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci.

### **3.6.3. Penyajian Data**

Penyajian data adalah mendisplay data, yang mana dalam penyajian tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dealam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah. Display data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang tearjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

### **3.6.4. Penarikan Kesimpulan**

Menurut Miles (2007), penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dimulai dengan mencari arti benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan hal yang belum ada sebelumnya. Temuan dapat berupa gambaran objek, yang awalnya tidak jelas menjadi jelas, berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Pada penelitian ini, kesimpulan awal yang di kemukakan oleh peneliti akan didukung oleh data-data di lapangan. Jawaban dari hasil penelitian akan memberikan penjelasan dan kesimpulan atas permasalahan penelitian yang diteliti dalam penelitian ini.



### **3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian ada di Jl. Mandala By Pass No.140. Bantan, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara, 20224. Untuk Waktu Penelitian akan dilaksanakan saat selesai seminar proposal yakni di November 2023 sampai dengan September 2024.

### **3.8. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Lazismu Kota Medan Dalam Komunikasi Persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. Yang dimana, informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah 1 orang pengurus Lazismu Kota Medan dan 3 masyarakat yang melakukan Zakat di Lazismu Kota Medan, sehingga peneliti dapat mengetahui dan menyimpulkan hasil dari penelitian tersebut.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

Bab ini membahas dan menyajikan deskripsi dari data yang telah diperoleh melalui hasil penelitian dilapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah disebutkan pada bab sebelumnya. Disini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Lazismu Kota Medan selalu melakukan edukasi dan bimbingan kepada masyarakat dengan menggunakan strategi komunikasi berupa pesan komunikasi, teknik komunikasi, dan media komunikasi, 2. Pesan komunikasi yang disampaikan Lazismu Kota Medan diterima dengan baik oleh masyarakat, 3. Teknik komunikasi yang dilakukan lazismu Kota Medan membuat masyarakat menjadi tertarik untuk membayar Zakat dan Shadaqah, 4. Masyarakat sangat antusias dengan kehadiran Lazismu Kota Medan dalam memberikan edukasi dan pembelajaran tentang Zakat dan Shadaqah.

Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber secara langsung tentang bagaimana Strategi Lazismu Kota Medan Dalam Komunikasi Persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. Oleh sebab itu, peneliti dituntut untuk meneliti dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan dan dilakukan oleh sumber data. Penelitian deskriptif kualitatif bukan sebagaimana apa yang dipikirkan oleh penulis, tetapi berdasarkan suatu realita

yang terjadi di lapangan, yang dialami, dan dipikirkan informan. Sehingga penelitian tersebut menjadi sesuatu yang pasti.

Dengan demikian, permasalahan yang hendak dijawab pada bab ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Lazismu Kota Medan Tembung Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. Berdasarkan penjelasan diatas maka penelitian ini dilakukan pada 01-31 Agustus 2024.

Observasi yang dilakukan pada tanggal 28 Juli 2024 diketahui bahwa Strategi Komunikasi Persuasif Lazismu Kota Medan Tembung Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah berjalan dengan lancar dan diterima dengan baik oleh setiap masyarakat di Kota Medan. Lazismu Kota Medan memberikan program-program yang dimana program tersebut merupakan program yang memberikan penyampaian kepada masyarakat betapa pentingnya melakukan Zakat dan Shadaqah. Yang dimana strategi tersebut membuat banyak dari masyarakat melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan.

Informan dalam penelitian ini adalah 1 orang yang bekerja di ruang lingkup Lazismu Kota Medan, dan 3 orang masyarakat yang ada di Kota Medan. Adapun hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara yang dilakukan kepada 4 narasumber itu. Adapun 4 narasumber itu adalah, Bapak Muhammad Rifki yang berusia 31 tahun yang saat ini sebagai Sekretaris Badan Pengurus, Ibu Putri Miranda berusia 54 tahun merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan, Bapak Elysbar berusia 45 tahun merupakan

masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan, Ibu Farida Hanum berusia 55 tahun merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan.

#### **4.2. Observasi**

Lazismu adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. Didirikan oleh PP. Muhammadiyah pada tahun 2002, selanjutnya dikukuhkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No. 457/21 November 2002. Dengan telah berlakunya Undang-undang Zakat nomor 23 tahun 2011, Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014, dan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 333 tahun 2015.

Sebelum wawancara dilakukan, peneliti mengamati terlebih dahulu setiap aktivitas dan kegiatan dari Lembaga Zakat dan daerah di sekitaran Lembaga Zakat Lazismu itu berada kemudian peneliti juga melakukan pengamatan terhadap kantor Lazismu Kota Medan pada saat jam operasional dimulai. Peneliti juga mencari beberapa orang pengurus Lazismu Kota Medan yang memiliki jabatan dan fungsi dalam melakukan sosialisasi, dan menerima Zakat dan Shadaqah, yang bersedia diwawancarai secara langsung. Peneliti juga mencari beberapa masyarakat yang berada di sekitaran kantor Lazismu Kota Medan yang secara langsung melakukan kegiatan Zakat dan Shadaqah secara rutin dan terus menerus yang bersedia di wawancarai secara langsung. Terdapat beberapa bentuk peran

Lazismu Kota Medan dalam meningkatkan semangat masyarakat dalam ber Zakat dan Ber Shadaqoh melalui strategi komunikasi persuasif. Seperti yang disampaikan Bapak Muhammad Rifki merupakan pengurus di Lazismu Kota Medan yang saat ini sedang menjabat Sekertaris Badan Pengurus Lazismu Kota Medan. Yang dimana Bapak Muhammad Rifki menyebutkan dalam mensosialisasikan program Zakat dan Shadaqah kepada masyarakat bisa melalui komunikasi secara pribadi dan secara publik yang dimana program-program yang sudah dirancang sedemikian rupa akan kami sosialisasikan kepada masyarakat dan akan di jelaskan secara mendalam betapa pentingnya hidup kita didunia ini untuk ber Sadaqah dan ber Zakat dan memberikan penjelasan kepada masyarakat bahwasanya Zakat dan Shadaqah ini merupakan lading amalan untuk kita di Akhirat nantinya. Kami juga menjelaskan kepada masyarakat bahwasanya Sebagian harta yang di Shadaqahkan dan di Zakat kan akan digunakan untuk membantu saudara-saudara kita yang saat ini sedang dilanda musibah baik itu bencana alam, bahkan yang saat ini sedang berperang yang dimana mereka, saudara kita di Palestina sangat membutuhkan bantuan kita.

#### **4.3. Hasil Wawancara**

Observasi dan wawancara yang akan peneliti kemukakan tentang permasalahan yang telah dijelaskan pada bab I, yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Lazismu Kota Medan Dalam Komunikasi Persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. Selain itu, pertanyaan yang peneliti ajukan pada informan diambil dari Uraian Teoritis yang

terdapat di bab II. Peneliti mewawancarai narasumber yang telah terpilih secara purposive sampling, adapun hasil dari wawancara yang telah dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

#### **4.3.1. Strategi Komunikasi Persuasif**

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Seorang pakar perencanaan komunikasi.

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

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yakni mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang atau audiens. Oleh karena itu, dalam strategi yang dibuat, harus mencerminkan operasional taktis. Jadi, yang harus ditentukan adalah siapa sasaran kita, apa pesan yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaian, di mana

lokasi penyampaian pesan tadi, serta apakah waktu yang digunakan cukup tepat.

Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan strategi komunikasi persuasif yaitu “Bagaimana strategi komunikasi, media komunikasi, dan pesan komunikasi Bapak/Ibu dalam program zakat dan Shadaqah yang dibuat Lazismu Kota Medan kepada masyarakat?”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Rifki (31) merupakan pengurus di Lazismu Kota Medan yang saat ini sedang menjabat Sekretaris Badan Pengurus Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“Dalam mengedukasi masyarakat strategi komunikasi yang kita gunakan itu secara langsung. Face to face. Kita menemui orang, kita sampaikan. Contoh, kayak teman-teman itu ada yang strateginya ketika setelah sholat jamaah di masjid. Dia ngobrol-ngobrol setelah itu baru diperkenalkan. ‘Saya dari Lazismu, barangkali bapak ingin menunaikan zakat, bisa titip kami...’ Atau dia datang ke toko-toko kemudian menawarkan ‘apa ada yang bisa kita bantu, barang kali zakat bapak belum ditunaikan, bisa kita bantu...’. Termasuk melayani konsultasi, jika ada orang yang ingin mengetahui tentang zakat, maka kita hadir dan langsung kita temui. Kita juga mengadakan open table saat bulan ramadhan. Disitu kita melayani penerimaan zakat fitrah, zakat maal, sedekah dan sekaligus kita berikan konsultasi mengenai zakat. Dan kami juga menggunakan media sosial sebagai informasi dan layanan untuk masyarakat dalam menunaikan Zakat dan Shadaqah”*

Dapat dibuktikan dengan yang dibilang oleh Bapak Muhammad Rifki terkait strategi komunikasi, media komunikasi, dan pesan komunikasi Bapak/Ibu

dalam program zakat dan Shadaqah yang dibuat Lazismu Kota Medan kepada masyarakat saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Putri Miranda (54) merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“Komunikasi pihak Lazismu Kota Medan sangat bagus dek,, mereka memberikan edukasi disaat ibuk sedang melakukan pengajian mingguan di ranting Muhammadiyah sini. Dan Lazismu Kota Medan juga transparanya jadi membuat ibuk nyaman dalam menjalankan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan. Untuk media sosial lazismu juga ada dek dari sosialisasi mereka media itu untuk mengetahui informasi terkait zakat.”*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Elysbar (45) merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“Zakat, Shadaqah, dan berinfaq itu merupakan Ibadah kedua selain Sholat dek, makanya dengan hadirnya lazismu dan pendekatan mereka kepada masyarakat dengan menggunakan Bahasa yang mudah dimengerti pasti bisa membuat masyarakat lain dapat melakukan atau membayar zakat diLazismu. Karena lazismu sendiri setau bapak ya mereka benar benar memberi pencerahan betapa penting nya dalam menjalankan ibadah tersebut. Dengan Bahasa yang santun dan mudah dimengerti jadi wawasan kami yang kurang ilmu ini dapat terbuka. Media sosial juga bapak ikuti untuk mengetahui perkembangan terkait zakat”*



Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibuk Farida Hanum (55) merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“Cara mengajak mereka dek itu bagus menurut Ibuk, mereka benar-benar memberikan pengetahuan tentang Zakat dan Shadqah ini. Dan pihak Lazismu Kota Medan sendiri menurut Ibuk memiliki strategi yang bagus dalam mengedukasi kami. Mereka menjumpai kami di tempat pengajian yaaa disitu mereka bicara-bicara memberikan wawasan dan mengasitau ke Ibuk jika Lazismu Kota Medan bisa membayar Zakat dan Shadaqah. Untuk media ibuk kurang tau karena cuman pakai wa saja..”*

Komunikasi tatap muka (face to face) menjadi salah satu cara yang digunakan Lazismu Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat. Lazismu Kota Medan menyediakan pelayanan konsultasi secara langsung di kantor, di tempat calon muzakki atau donatur serta membuka pelayanan penerimaan zakat, infaq, dan sedekah melalui gerai atau open table saat bulan ramadhan. Konsultasi ini didukung dengan media brosur yang dapat mempermudah pemahaman masyarakat mengenai seputar zakat dan shadaqah.

Dalam prosesnya, pendekatan ini dilakukan secara perlahan, dan amil harus memahami pesan yang disampaikan serta mengamati situasi sekitar. Pemahaman mengenai pesan termasuk pada penguasaan dan pengemasan isi pesan itu sendiri. Ketika amil Lazismu Kota Medan memosisikan dirinya sebagai pihak yang mengedukasi masyarakat, maka pesan yang disampaikan harus dikuasai dengan seksama. Mengingat dalam proses komunikasi, masyarakat

sebagai penerima pesan bisa saja aktif dan terkadang pasif. Sehingga ketika masyarakat bertanya, maka amil dapat meresponnya dengan baik.

Media sosial sebagai sarana dalam menyampaikan pesan secara digital juga sudah dilakukan Lazismu Kota Medan dalam menyebarkan informasi yang bersipat ajakan dan edukasi untuk dapat dilihat oleh masyarakat luas dalam membentuk semangat membayar Zakat dan Shadaqah.

Selain itu, pengemasan pesan atau penyampaian pesan harus menarik dan mudah dicerna oleh masyarakat. Amil Lazismu Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat menggunakan bahasa yang mudah difahami oleh masyarakat itu sendiri. Setiap amil memiliki gaya penyampaian yang berbeda, oleh sebab itu kemampuan dan keterampilan berkomunikasi dan strategi komunikasi yang menjadi poin utama ketika menghadapi masyarakat secara face to face.

#### **4.3.2. Teknik Komunikasi Persuasif**

Untuk mencapai tujuan dan sasaran, perlu dilakukan teknik komunikasi yang maksimal. Untuk mencapai tujuan dan sasaran, perlu dilakukan teknik komunikasi yang maksimal. Teknik komunikasi berkait dengan metode dan media. Metode dan media yang sesuai dengan berbagai jenis indra penerima pesan yang kondisinya berbeda-beda akan sangat menunjang keberhasilan dari suatu komunikasi. Yang dimana sebagai komunikator harus bisa menempatkan posisi dalam berkomunikasi kepada orang lain. Sebagai komunikator ketrampilan penyampaian pesan dalam melakukan komunikasi kepada masyarakat dapat menentukan keberhasilan strategi komunikasi persuasif Lazismu Kota Medan

membangun kesadaran masyarakat Berzakat Dan Shadaqah.

Berdasarkan paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif Lazismu Kota Medan membangun kesadaran masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. memiliki teknik yang dimana teknik komunikasi persuasif tersebut menggunakan bahasa yang mudah difahami oleh masyarakat itu sendiri.

Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan strategi komunikasi persuasif yaitu “Bagaimana teknik komunikasi Bapak/Ibu dalam program zakat dan Shadaqah yang dibuat Lazismu Kota Medan kepada masyarakat?”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Rifki (31) merupakan pengurus di Lazismu Kota Medan yang saat ini sedang menjabat Sekretaris Badan Pengurus Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“Teknik komunikasi kami gunakan itu ya bertatap muka dek atau face to face pertama kami mengenalkan diri terlebih dahulu kepada orang-orang yang berada di dalam Muhammadiyah, sembari mensosialisasikan kepada masyarakat umum melalui forum-forum tertentu yang dibentuk oleh masyarakat Muhammadiyah itu sendiri, seperti tabligh akbar, kajian bulanan dan lain-lain tentang apa-apa saja program-program kerja Lazismu Kota Medan sehingga itu yang akan menjadi daya Tarik masyarakat.”*

Dapat dibuktikan dengan yang dibilang oleh Bapak Muhammad Rifki terkait teknik komunikasi Bapak/Ibu dalam program zakat dan Shadaqah yang dibuat Lazismu Kota Medan kepada masyarakat saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Putri Miranda (54) merupakan

masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“Ibuk rasa mereka lebih kepada sosialisasi ya dek. Soalnya, Ibuk mengenalnya melalui sosialisasi dengan sekertarisnya, ada juga sosialisasi tentang zakat di sekolah, kami meyambut baik, kenapa? Karena Lazismu mengajarkan dan mengimplementasikan kepada peserta didik untuk mengamalkan rukun Islam yang ketiga, tentang pentingnya membayar zakat ya. Kemudian itu, sebagai pembelajaran juga kepada sekolah agar senantiasa berbagi kepada orang yang membutuhkan.”*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Elybar (45) merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“Sama yang seperti Bapak bilang tadi dalam teknik penyampaian pihak Lazismu sendiri bagus dan pemahaman yang mereka berikan tergolong mudah dimengerti dan dapat diterapkan secara mudah dalam prosesn membayar Zakat dan Shadaqah. Oiya,, sama transparan juga dek.”*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibuk Farida Hanum (55) merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“yaaa,, itu dek menurut Ibuk memiliki teknik yang bagus dalam mengedukasi kami. Karenakan mereka itu menjumpai kami di tempat pengajian yaaa disitu mereka bicara-bicara memberikan wawasan dan mengasitau ke Ibuk jika Lazismu Kota Medan bisa membayar Zakat dan Shadaqah.*

Islam mengajarkan umatnya untuk saling tolong menolong kepada sesama, dalam hal ini berbagi menjadi salah satu cara aplikatif untuk mewujudkannya. Berbagi merupakan kegiatan sukarela tanpa paksaan. Untuk melaksanakannya maka diperlukan kesadaran dari individu itu sendiri. Kesadaran untuk melakukan suatu hal dapat muncul apabila ada faktor pemicu yang mendasarinya, termasuk pula dalam berbagi.

Untuk mencapai tujuan dan sasaran, perlu dilakukan teknik komunikasi yang maksimal. Untuk mencapai tujuan dan sasaran, perlu dilakukan teknik komunikasi yang maksimal.

Teknik komunikasi dan pemahaman seseorang terhadap sesuatu akan mempengaruhi bagaimana ia bersikap dan bertindak. Ketika pemahaman itu pada tingkat mendalam, maka suatu persepsi dan perilaku seseorang dapat saja berubah. Oleh karena itu dengan teknik komunikasi yang sangat mudah dipahami oleh masyarakat dapat membangun suatu kesadaran pada diri seseorang. Lazismu Kota Medan berupaya memahamkan masyarakat dengan memberikan literasi dalam rangka membangun kesadaran masyarakat menunaikan zakat.

#### **4.3.3. Membangun Kesadaran Masyarakat**

Pemahaman seseorang terhadap sesuatu akan mempengaruhi bagaimana ia bersikap dan bertindak. Ketika pemahaman itu pada tingkat mendalam, maka suatu persepsi dan perilaku seseorang dapat saja berubah. Oleh karena itu dengan teknik komunikasi yang sangat mudah dipahami oleh masyarakat dapat membangun suatu kesadaran pada diri seseorang. Lazismu Kota Medan berupaya memahamkan masyarakat dengan memberikan literasi dalam rangka membangun

kesadaran masyarakat menunaikan zakat.

Berbagi dalam Islam dihukumi menjadi dua, yaitu wajib dan sunnah. Wajib melaksanakan zakat, dan sunnah dalam hal bersedekah atau berinfaq. Pada dasarnya kesadaran dalam membayar zakat dapat diperoleh jika umat sudah memahami bagaimana konsep zakat sebenarnya. Infaq dan sedekah juga demikian, merupakan sunnah yang dianjurkan agama untuk dilaksanakan.

Lazismu Kota Medan sebagai lembaga amil zakat, infaq, dan sedekah juga memahami hal ini. Kesadaran masyarakat akan menjadi faktor yang mendasari adanya partisipasi masyarakat dalam melaksanakan kewajiban membayar zakat serta menggugah kedermawanan umat untuk berinfaq dan bersedekah.

Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan strategi komunikasi persuasif yaitu “Bagaimana komunikasi Bapak/Ibu dalam membangun kesadaran masyarakat melalui program zakat dan Shadaqah yang dibuat Lazismu di Kota Medan?”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Rifki (31) merupakan pengurus di Lazismu Kota Medan yang saat ini sedang menjabat Sekertaris Badan Pengurus Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“Dalam membangun kesadaran masyarakat ini ya dek, kita harus menggugah masyarakat supaya kedermawanannya tumbuh, tidak hanya zakat saja. zakat kan suatu kewajiban, sementara infaq dan sedekah butuh rasa kedermawanan untuk melaksanakannya. Sesungguhnya kultur ‘loman’ dalam masyarakat kita itu sudah ada. Kalau dalam bahasa Indonesia, artinya dermawan. Sudah ada sifat kedermawanan pada masyarakat kita, tinggal kita*

*menegaskan dan mengingatkan terus. 'oh kalau bersedekah itu baik, berinfaq itu baik, ada pahala yang terus mengalir, bahkan ada janji Allah yang ditumbuhkan berlipat-lipat sampai 700 kali lipat.' Nah itu yang kita ingatkan kepada masyarakat terus baik melalui forum langsung maupun forum tidak langsung."*

Dapat dibuktikan dengan yang dibilang oleh Bapak Muhammad Rifki terkait bagaimana komunikasi Bapak/Ibu dalam membangun kesadaran masyarakat melalui program zakat dan Shadaqah yang dibuat Lazismu Kota Medan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Putri Miranda (54) merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan mengatakan:

*"Ibuk sadar betapa pentingnya berzakat dan Shadaqah. Karena Sebagian dari harta kita ada hak orang lain di dalamnya. Alhamdulillah sekarang saya paham betapa pentingnya melakukan Zakat dan Shadaqah, selama saya berikan sedikit penghasilanku kepada orang yang betul-betul membutuhkan, ada beberapa yang terlihat, contohnya rezeki yang dulunya saya kadang mengeluh, sekarang Alhamdulillah tidak seperti dulu lagi sebelum saya berzakat di Lazismu.."*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Elysbar (45) merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan mengatakan:

*"Bapak pikir kesadaran itu terbuka saat mereka melakukan sosialisasi*

*kepada saya ya,, karena mereka sayangat bagus dalam pendekatan dan mereka juga menjelaskan banyak hal, dan Alhamdulillah kehidupan saya jadi lebih bagus, terus selama ini saya nda tau apa-apa itu jenis zakat dan sejak kenal Lazismu saya jadi tahu. Alhamdulillah rejeki juga lancar. Pokoknya dengan Lazismu, saya banyak dapat ilmu tentang zakat dan sejenisnya. Penjelasan dari pihak Lazismu juga meyakinkan.”*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibuk Farida Hanum (55) merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan mengatakan:

*“Sadar,, dan ibuk sangat percaya dan sangat yakin Lazismu dalam hal ini sangat bagus untuk kami masyarakat yang ingin membayar Zakat dan Shadaqah, karena mereka idu dek sangat transparan dan zakat memang tersalurkan ke pihak yang membutuhkan. Lazismu juga ada catatannya disalurkan ke mana, ada juga kartunya, ada nomor pokok wajib zakat untuk kami.”*

Lazismu Kota Medan merupakan suatu organisasi yang menjadikan masyarakat sebagai sasarannya. Untuk itu, pendekatan-pendekatan perlu dilakukan agar terjalinnya hubungan baik dengan masyarakat sehingga lebih mudah mencapai tujuan. Pendekatan yang dilakukan Lazismu menekankan pada suatu hal yang kemudian direalisasikan sebagai kegiatan komunikasi. Dalam hal ini, pendekatan dilakukan dalam membangun kesadaran dan kepercayaan masyarakat akan Lazismu Kota Medan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas tentang bagaimana membangun kesadaran masyarakat dalam berzakat dan Shadaqah dapat dilihat bahwa Lazismu



Kota Medan selalu mengedukasi masyarakat secara face to face atau tatap muka, dan Lazismu Kota Medan lebih menekankan kepada perihal menunaikan zakat karena merupakan kewajiban setiap umat muslim. Namun pentingnya bersedekah juga kerap kali digencarkan. Al-Qur'an dan Hadits digunakan sebagai pijakan Lazismu Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat.

#### **4.4. Pembahasan Hasil Wawancara**

Lazismu Kota Medan merupakan suatu organisasi yang menjadikan masyarakat sebagai sasarannya. Untuk itu, pendekatan-pendekatan perlu dilakukan agar terjalinnya hubungan baik dengan masyarakat sehingga lebih mudah mencapai tujuan. Pendekatan yang dilakukan Lazismu menekankan pada suatu hal yang kemudian direalisasikan sebagai kegiatan komunikasi. Dalam hal ini, pendekatan dilakukan dalam membangun kesadaran dan kepercayaan masyarakat akan Lazismu Kota Medan. Lazismu Kota Medan merupakan suatu organisasi yang menjadikan masyarakat sebagai sasarannya. Untuk itu, pendekatan-pendekatan perlu dilakukan agar terjalinnya hubungan baik dengan masyarakat sehingga lebih mudah mencapai tujuan. Pendekatan yang dilakukan Lazismu Gesik menekankan pada suatu hal yang kemudian direalisasikan sebagai kegiatan komunikasi. Dalam hal ini, pendekatan dilakukan dalam membangun kesadaran dan kepercayaan masyarakat akan Lazismu Kota Medan.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti dengan satu orang pengurus Lazismu Kota Medan dan tiga orang masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan, untuk mengetahui strategi Lazismu Kota Medan dalam komunikasi persuasif membangun kesadaran masyarakat

Berzakat Dan Shadaqah. Komunikasi tatap muka (face to face) menjadi salah satu cara yang digunakan Lazismu Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat. Lazismu Kota Medan menyediakan pelayanan konsultasi secara langsung di kantor, di tempat calon muzakki atau donatur serta membuka pelayanan penerimaan zakat, infaq, dan sedekah melalui gerai atau open table saat bulan ramadhan. Konsultasi ini didukung dengan media brosur yang dapat mempermudah pemahaman masyarakat mengenai seputar zakat dan shadaqah.

Dalam prosesnya, pendekatan ini dilakukan secara perlahan, dan amil harus memahami pesan yang disampaikan serta mengamati situasi sekitar. Pemahaman mengenai pesan termasuk pada penguasaan dan pengemasan isi pesan itu sendiri. Ketika amil Lazismu Kota Medan memposisikan dirinya sebagai pihak yang mengedukasi masyarakat, maka pesan yang disampaikan harus dikuasai dengan seksama. Mengingat dalam proses komunikasi, masyarakat sebagai penerima pesan bisa saja aktif dan terkadang pasif. Sehingga ketika masyarakat bertanya, maka amil dapat meresponnya dengan baik.

Selain itu, pengemasan pesan atau penyampaian pesan harus menarik dan mudah dicerna oleh masyarakat. Amil Lazismu Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat menggunakan bahasa yang mudah difahami oleh masyarakat itu sendiri. Setiap amil memiliki gaya penyampaian yang berbeda, oleh sebab itu kemampuan dan keterampilan berkomunikasi dan strategi komunikasi yang menjadi poin utama ketika menghadapi masyarakat secara face to face.

Untuk mencapai tujuan dan sasaran, perlu dilakukan teknik komunikasi yang maksimal. Untuk mencapai tujuan dan sasaran, perlu dilakukan teknik

komunikasi yang maksimal.

Pemahaman seseorang terhadap sesuatu akan mempengaruhi bagaimana ia bersikap dan bertindak. Ketika pemahaman itu pada tingkat mendalam, maka suatu persepsi dan perilaku seseorang dapat saja berubah. Dalam hal ini, teknik komunikasi yang digunakan Lazismu Kota Medan dalam sangat mudah dipahami dan diterima dengan baik oleh masyarakat. Oleh karena itu dengan teknik komunikasi yang sangat mudah dipahami oleh masyarakat dapat membangun suatu kesadaran pada diri seseorang. Lazismu Kota Medan berupaya memahamkan masyarakat dengan memberikan literasi dalam rangka membangun kesadaran masyarakat menunaikan zakat.

Berbagi dalam Islam dihukumi menjadi dua, yaitu wajib dan sunnah. Wajib melaksanakan zakat, dan sunnah dalam hal bersedekah atau berinfaq. Pada dasarnya kesadaran dalam membayar zakat dapat diperoleh jika umat sudah memahami bagaimana konsep zakat sebenarnya. Infaq dan sedekah juga demikian, merupakan sunnah yang dianjurkan agama untuk dilaksanakan

Dapat dilihat dalam konstruksi drajat kedua tentang Strategi Lazismu Kota Medan Dalam Komunikasi Persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah, yaitu:

- Lazismu Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat strategi komunikasi yang digunakan Lazismu Kota Medan secara langsung atau Face to face.
- Masyarakat tertarik dengan edukasi dan pemahaman yang diberikan Lazismu Kota Medan dalam membangun kesadaran masyarakat untuk Berzakat dan Bershadaqah.

- Masyarakat antusias dalam melakukan kegiatan zakat dan Shadaqah dan selalu membayar Zakat mereka secara teratur.
- Lazismu Kota Medan selalu melakukan edukasi dan bimbingan kepada masyarakat dengan menggunakan strategi komunikasi yang sama untuk meningkatkan semangat masyarakat dalam membayar Zakat dan Shadaqah.

Berdasarkan paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa, strategi Lazismu Kota Medan dalam komunikasi persuasif membangun kesadaran masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. Strategi tersebut terbukti efisien membantu Lazismu dalam proses penyebaran informasi tentang zakat dan mudah diterima oleh masyarakat. Hal tersebut dianalisis berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan tiga orang muzakki serta satu orang informan dari pihak Lazismu yang terpercaya. Tercapainya suatu komunikasi yang efektif, sangat didukung dengan keberadaan komunikator. Seorang pembicara harus mampu memberikan informasi kepada komunikan dengan memperhatikan keinginan serta kebutuhan khalayak. Serta mampu menarik atau pun mengajak masyarakat, dalam hal ini calon donatur zakat untuk membayar zakatnya di Lazismu.

Maka terlepas dari semua itu dapat kita lihat dari hasil penelitian ini betapa pentingnya Strategi Lazismu Kota Medan Dalam Komunikasi Persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. Lazismu Kota Medan sebagai lembaga amil zakat, infaq, dan sedekah juga memahami hal ini. Kesadaran masyarakat akan menjadi faktor yang mendasari adanya partisipasi

masyarakat dalam melaksanakan kewajiban membayar zakat serta menggugah kedermawanan umat untuk berinfaq dan bersedekah.

#### **4.4.1. Profil Informan**

1. Bapak Muhammad Rifki

Bapak Muhammad Rifki berumur 31 Tahun, merupakan pengurus di Lazismu Kota Medan yang saat ini sedang menjabat Sekertaris Badan Pengurus Lazismu Kota Medan.

2. Ibuk Putri Miranda

Ibuk Putri Miranda berusia 54 Tahun, merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan.

3. Bapak Elysbar

Bapak Elysbar berusia 45 Tahun, merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan.

#### 4. Ibuk Farida Hanum

Ibuk Farida Hanum berumur 55 Tahun, merupakan masyarakat yang melakukan Zakat dan Shadaqah di Lazismu Kota Medan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan judul skripsi “Strategi Lazismu Kota Medan Dalam Komunikasi Persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat Dan Shadaqah” maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Lazismu Kota Medan mengaplikasikan konsep-konsep strategi komunikasi persuasif membangun kesadaran masyarakat Berzakat Dan Shadaqah. Komunikasi tatap muka (face to face) menjadi salah satu cara yang digunakan Lazismu Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat. Lazismu Kota Medan menyediakan pelayanan konsultasi secara langsung di kantor, di tempat calon muzakki atau donatur serta membuka pelayanan penerimaan zakat, infaq, dan sedekah melalui gerai atau open table saat bulan ramadhan. Konsultasi ini didukung dengan media brosur yang dapat mempermudah pemahaman masyarakat mengenai seputar zakat dan shadaqah.
2. Pengemasan pesan atau penyampaian pesan yang disampaikan Lazismu Kota Medan sangat menarik dan mudah dicerna oleh masyarakat. Lazismu Kota Medan dalam mengedukasi masyarakat menggunakan bahasa yang mudah difahami oleh masyarakat itu sendiri. Setiap amil memiliki gaya penyampaian yang berbeda, oleh sebab itu kemampuan dan keterampilan

berkomunikasi dan strategi komunikasi yang menjadi poin utama ketika menghadapi masyarakat secara face to face.

3. Tingkat antusiasme masyarakat dalam menerima penyampaian yang disampaikan Lazismu Kota Medan sangat baik. Tidak sedikit masyarakat yang mulai sadar betapa bermanfaatnya melakukan Zakat dan Shadaqah. Dan tidak sedikit pula yang sudah memulai membayar Zakat dan Shadaqahnya di Lazismu Kota Medan.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Kepada pihak lembaga Lazismu Kota Medan agar tetap semangat melakukan sosialisasi dan memaksimalkannya kepada masyarakat, dengan harapan masyarakat dapat lebih memahami pentingnya berzakat ini, Sehingga Mereka betul-betul paham pentingnya menunaikan Zakat dan ancaman terhadap orang-orang yang ingkar atas perintah Allah.
2. Kepada masyarakat yang selama ini Menunaikan zakatnya agar senantiasa mengeluarkan zakatnya dan meningkatkannya, karena zakat ini untuk mensucikan harta dan jiwa muzaki yang kemudian akan memberikan faedah kepada orang lain yang membutuhkannya.
3. Kepada pihak pengurus Lazismu Kota Medan. agar selalu memberikan inovasi baru dalam menjalankan strategi- strategi yang telah di buat agar lebih maksimal dan bisa mensosialisasikan secara lebih kepada masyarakat



setempat. Karena dengan menjalankan strategi secara maksimal tujuan visi dan misi akan lebih mudah mewujudkannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aflah, Kuntarno Noor. 2018. "Urgensi Penetapan Kriteria Fakir Miskin Bagi Penyaluran Zakat Di Indonesia." *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf* 4(1):167. doi: 10.21043/ziswaf.v4i1.3037.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Atantri, Sandy, and Syahrul Amsari. 2024. "Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Instansi Baznas/Laz/Lazismu Di Kabupaten Labuhan Batu Utara (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Kualuh Hulu)." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5(2):5287–99.
- Audina, Rafika, Rahmanita Ginting, Muhammad Thariq, Program Studi, Magister Ilmu, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, and Yahoo Messengger. 2021. "Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah Covid-19." *Jurnal Ilmiah Muqoddimah* 11(1):270–79.
- Cangara, Hafied. 2018. *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI. KETIGA*. DEPOK: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Fahrul Shafi', Muhammad, Nur Cahyadi, and Prayudi Harianto. 2024. "Analisis Motivasi Muzakki Dalam Keputusan Mengeluarkan Zakat." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 5(3):269–73. doi: 10.31933/jemsi.v5i3.1822.
- iwan hermawan. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Jonnedi, Jonnedi, Rahmanita Ginting, and Yan Hendra. 2020. "Strategi Komunikasi Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Sumatera Utara Dalam Implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal." *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 6(1):76–85. doi: 10.31289/simbollika.v6i1.3617.
- Lubis, Faizal Hamzah, Fadhil Pahlevi Hidayat, and Sigit Hardiyanto. 2021. "Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja Di Masa Pandemi Covid-19." *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora* 1(1):1–11.
- Novyanto, Achmad Rizky. 2021. "Komunikasi Persuasif Dalam Pelaksanaan Kampung Tangguh Semeru Di Kelurahan Gedongan Kota Mojokerto." *Commercium* 4(1):100–110.
- Rahman, Deni, and Wichitra Yasya. 2020. "Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota

Wisata Cibubur.” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* 4(1):1–10. doi: 10.24853/pk.4.1.1-10.

Shefira, Andrea, Damar Rama, Ilham Herlambang, Ovi Indra, Rina Fitriastuti, and Hamida Syari Harahap. 2024. “Komunikasi Persuasif Dalam Peningkatkan Partisipasi Warga RT.10 Kaliabang Tengah Untuk Mendukung Program Bank Sampah.” *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7(2):503–13. doi: 10.62411/ja.v7i2.1695.

Sugyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung.

Ummah, Athik Hidayatul. 2022. “Dakwah Dan Komunikasi Persuasif Tuan Guru Di Lombok Dalam Penyampaian Pesan Vaksinasi Covid-19.” *Jurnal Dakwah* 23(1):78–97.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

Medan, 26 Oktober 2023

Kepada Yth. Bapak/Ibu  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Fachriezy  
N P M : 1903110057  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
SKS diperoleh : 140.0 SKS, IP Kumulatif 2.99

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Persuasif Lazimnya Kota Medan Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat dan Shodaqoh	✓ 26 Okt 2023
2	Perspektif Remaja Kota Medan dalam pemberitaan TikTok Shop Diblokir Pemerintah	
3	Strategi Teknik Mengajar Guru Dalam Membangun Komunikasi Inter-personal Kepada Murid Di Sekolah TK Swasta Aisyiyah Bustanul Athfal	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

233.19.311

Pemohon,

(..... Fachriezy .....) )

Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi Ilmu Komunikasi

Medan, tanggal 2 Nov 2023

Ketua  
Program Studi Ilmu Komunikasi

Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.kom  
NIDN: 0127040401

Dr. Junaidi  
NIDN: 2002018103





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**  
**Nomor : 1959/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2023**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **26 Oktober 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **FACHRIEZY**  
N P M : 1903110057  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : IX (Sembilan) Tahun Akademik 2023/2024  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF LAZIMU KOTA MEDAN  
DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT  
BERZAKAT DAN SHODAQOH**

Pembimbing : **Dr. JUNAIDI, S.Pd.I., M.Si.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 233.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 26 Oktober 2024.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 22 Rabiul Akhir 1445 H  
06 November 2023 M



**Dr. ARIFIN SALIH, S.Sos., MSP.**  
NIDN.0030017402



**Tembusan :**

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<https://fkip.umsu.ac.id> ✉ [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) 📍 [umsumedan](#) 📧 [umsumedan](#) 📱 [umsumedan](#)

Sk-3

**PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Medan, 18 Januari 2024

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Fachrie24  
N P M : 1903110057  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 1959./SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023.. tanggal 26 oktober dengan judul sebagai berikut :

Strategi LAZISMU Kota Medan dalam Komunikasi Persuasi & Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat dan Shadakah

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :

Pembimbing,

NIDN: 2002010103

Pemohon,





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

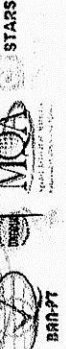
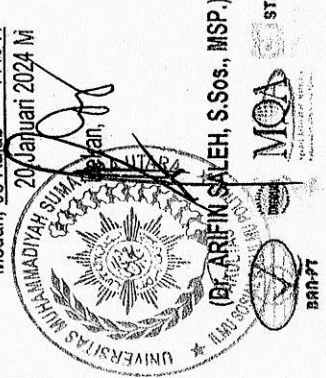
**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 168/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Selasa, 23 Januari 2024  
 Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai  
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2  
 Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
11	SYAHLI YAHYA MUDA LUBIS	1903110199	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA., M.Si.	POLA KOMUNIKASI GENERASI Z KOTA MEDAN DALAM INTERAKSI DI WARUNG KOPI
12	BERRY SANJAY	1903110207	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS SEMOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDISI TBC PADA CHANNEL YOUTUBE AYO SEHAT KEMENTERIAN KESEHATAN RI
13	RICO PRANANTA	1903110279	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS KONTEN DAN PESAN IDEOLOGI PANCASILA DALAM LIRIK LAGU PROFIL PANCASILA DI PLATFORM YOUTUBE KEMENDIKBUD RI
14	SRY RAHMADANI	1903110313	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMOTIKA MAKNA MITOS DALAM FILM HOROR WAKTU MAGHRIB KARYA SIDHARTA TATA
15	FACHRIEZY	1903110057	Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.	Dr. JUNAIDI, S.Pd. M.Si.	STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF LAZISMU KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT BERZAKAT DAN SHODAQOH

Medan, 08 Rajab 1445 H  
20 Januari 2024 M





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : Fachriezy  
 NPM : 19031100157  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi : Strategi Lazismu Kota Medan dalam komunikasi persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat dan Shadaqah

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/ Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	06/11/23	Bimbingan Proposal Skripsi	
2	09/11/23	Revisi Judul Skripsi	
3	18/01/24	Acc Proposal Skripsi	
4	23/01/24	Seminar Proposal	
5	27/05/24	Bimbingan draft Penelitian	
6		Bimbingan Hasil penelitian	
7	20/08/24	Revisi Hasil Skripsi	
8	23/09/24	Acc Skripsi	

Dekan  
 Dr. Arifin Saleh, S.Sos., Msp

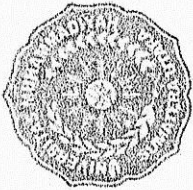
Medan, 23 September 2024  
 Akhyar Anshori, S.Sos.M.I.Kom  
 Ketua Program Studi,

Pembimbing,  
  
 Dr. Junaldi





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Berprestasi

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR  
Nomor : 1744/UND/II.3.AU/UMSU-C3/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Jumat, 11 Oktober 2024  
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	FACHRIEZY	1903110057	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. JUNAIDI, S.Pdi, M.Si	STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF LAZISMU KOTA MEDAN DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT BERZAKAT DAN SHODAQOH
2	M. ADAM SAUQI	1903110044	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI PELATIH CABANG OLAHRAHA ESPORT LOKAPALA DALAM PENERAPAN MATERI LATIHAN KEPADA ATLET PON SUMUT 2024
3	ALIVIA AZ-ZAHRA DODY FIRMAN	2003110038	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL GURU DENGAN SISWA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN DI SMP NEGERI 3 MEDAN
4	RAHMAT HIDAYAT	2003110299	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. JUNAIDI, S.Pdi, M.Si	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	KOMUNIKASI ANTARBUDAYA MAHASISWA RANTAU DALAM MENGHADAPI CULTURE SHOCK DI UNIVERSITAS TEUKU UGAR
5	MUHAMMAD HAIKAL AMRI	2003110151	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. JUNAIDI, S.Pdi, M.Si	ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT PADA JARGON POLITIK PKS "PANGAN MURAH, KERJA GAMPANG, SEHAT MUDAH

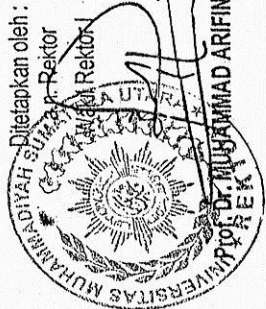
Medan, 06 Rabiul Akhir 1446 H  
09 Oktober 2024

Total : 7 mks  
19/10/24  
Yam

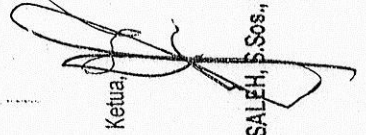
Notulis Sidang:

1.

Ditetapkan oleh:  
Rektor  
Rektor



Ketua,



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



Sekretaris



Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Data Pribadi

Nama : Fachriezy  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 05 Mei 2000  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Warga Negara Indonesia  
Anak ke : 3 dari 4 bersaudara

### Data Orang Tua

Nama Ayah : Syaifuddin  
Nama Ibu : Nur Salmaah  
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta  
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Jl. Eka Rasmi, Perum. Tanah Ubud, Kota Medan

### Pendidikan Formal

SD : SD Kartini Medan  
SMP : MTS Al-Ulum Medan  
SMA : SMA Negeri 6 Medan  
S1 : Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara