

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI
BADAN AMIL ZAKAT PROVINSI SUMATERA
UTARA DALAM MENYALURKAN ZAKAT**

SKRIPSI

Oleh:

ABDURRAHMAN ZUHDI

NPM: 1503110267

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

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 : **ABDURRAHMAN ZUHDI**
N.P.M : 1503110267
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENYALURKAN ZAKAT**

Medan, 15 Maret 2019

Dosen Pembimbing


LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



NURHASANAH NASUTION, S. Sos, M.I.Kom

Dekan,



DR. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

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 : **ABDURRAHMAN ZUHDI**

N P M : 1503110267

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Jumat, 15 Maret 2019

W a k t u : Pukul 07:45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

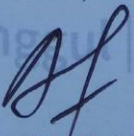
PENGUJI I : **ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom**

PENGUJI II : **ELVITA YENI, S.S, M.Hum**

PENGUJI III : **LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom**

PANTIA PENGUJI

Ketua,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

Sekretaris,


Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya ABDURRAHMAN ZUHDI, NPM 1503110267 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 hasil skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan 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 kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, Maret 2019



Yang menyatakan,

Abdurrahman Zuhdi

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **implementasi komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam menyalurkan zakat** tepatpada waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada yang teristimewa yaitu **Ayahanda Harmaiddin, S.Pdi (Alm) dan Ibunda Junita Kurnia**, yang merupakan bagian hidup penulis yang senantiasa mendukung berjuang sepanjang hayatnya atas kesuksesan saya serta mendoakan dari sejak penulis masih di dalam kandungan hingga sekarang.

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP**selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan

Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, **Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom** selaku Wakil Dekan III.

3. **Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom** selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan **Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom** selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi.
4. **Bapak Muhammad Said Harahap, S.sos., M.I.Kom** selaku Dosen penasehat akademik.
5. **Bapak Lutfi Basit, S.sos., M.I.Kom** selaku Dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Chantika Ramadhina Putri, Noffri Affandi, Meisy, Arika yang bersedia direpotkan dan membantu saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
8. Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.
9. Hj.Sri Wahyuni, SS, S,Pd.I dan keluarga yang telah membantu saya selama perkuliahan dalam hal financial.
10. Kepada teman-teman kelas IKO B Sore dan IKO B HUMAS dan seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi 2015 FISIP UMSU.

11. Kepada seluruh Keluarga Besar UMSU Debating Society Zailani, S.Pdi., M.A, M.Rafii, S.pd dan teman-teman sosok dibalik prestasi yang saya raih selama di bangku perkuliahan.

12. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, penulis ucapkan Terima Kasih.

Medan, Maret 2019

Penulis,

Abdurrahman Zuhdi

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN AMIL ZAKAT
NASIONAL PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM PENYALURAN
ZAKAT**

Oleh:

**Abdurrahman Zuhdi
1503110267**

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud mengkaji lebih jauh tentang bagaimana proses pelaksanaan/implementasi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional Sumatera Utara. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana Komunikasi Organisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara dalam Menyalurkan Zakat. Jenis penelitian ini adalah penelitian bersifat kualitatif. Sumber datanya terdiri dari data primer dan data sekunder. Data tersebut dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara/interview. Setelah terkumpul, data dianalisis dengan menggunakan teknik teknis analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman yaitu analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi komunikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi dalam menyalurkan zakat dimulai dari adanya informasi yang masuk terkait adanya permintaan zakat dari seorang pemohon melalui unit pelaksana tugas terkait. Kemudian tugas terkait dikomunikasikan kepada pengurus/pimpinan secara personal untuk didiskusikan sesama pengurus atas layak tidaknya pemohon untuk diberikan haknya. Kemudian hasil diskusi tersebut kembali difokan secara publik kepada unit pelaksana tugas untuk kembali dikonfirmasi kepada pemohon zakat.

Kata Kunci: Implementasi, Komunikasi Organisasi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Pembatasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II URAIAN TEORITIS	9
2.1 Implementasi.....	9
2.2 Komunikasi	9
2.2.1 Definisi Komunikasi	10
2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi	10
2.2.3 Tujuan dan Fungsi Komunikasi	11
2.2.4 Teori Komunikasi	12
2.3 Organisasi	14
2.3.1 Definisi Organsasi.....	14
2.3.2 Karakterisasi Organiasasi	15
2.3.3 Fungsi Organisasi	16
2.3.4 Tujuan Organisasi	17

2.4	Komunikasi Organisasi	17
2.4.1	Definisi Komunikasi Organisasi	17
2.4.2	Komponen Komunikasi Organisasi	18
2.4.3	Fungsi Komunikasi Organisasi	18
2.4.4	Tujuan Komunikasi Organisasi	Error! Bookmark not defined.
2.4.5	Jenis-jenis Komunikasi Organisasi	20
2.4.6	Saluran Komunikasi Organisasi	20
2.4.7	Hambatan Komunikasi Organisasi	22
2.4.6	Format Komunikasi Organisasi	23
2.5	Komunikasi Interpersonal	23
2.5.1	Definisi Komunikasi Interpersonal	23
2.5.2	Unsur-unsur Komunikasi Interpersonal	24
2.5.3	klasifikasi Komunikasi Interpersonal	24
2.5.4	Tujuan Komunikasi Interpersonal	25
2.5.5	Hubungan Komunikasi Interpersonal yang Efektif	28
2.6.	Komunikasi Publik	28
2.6.1	Definisi Komunikasi Publik	28
2.6.2	Tujuan Komunikasi Publik	29
2.6.3	Tipe Komunikasi Publik dalam Organisasi	29
2.7.	Zakat	31
2.7.1	Definisi Zakat	31
2.7.2	Jenis Zakat	32

BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Kerangka Konsep.....	34
3.3 Definisi Konsep	34
3.4 Kategorisasi.....	38
3.5. Informan.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	40
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.2 Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	21
Tabel 3.2.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2.	34
------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Adanya peningkatan dan aktifnya perzakatan di Sumatera Utara tentulah tak lepas dari usaha pemerintah dalam mencanangkan serta aktif dalam mensosialisasikan zakat kepada masyarakat Sumatera Utara. Dalam konteks ini tentu usaha pemerintah yang dimaksud Melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara adalah lembaga resmi yang dibentuk pemerintah untuk melaksanakan pengelolaan zakat di Sumatera Utara. Tidak hanya mengumpulkan dan menyalurkan zakat, Badan Amil Zakat Provinsi Sumatera Utara juga bertugas dalam mengumpulkan dan menyalurkan, infaq dan shadaqah umat islam sesuai syariah Islam di Sumatera Utara.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara secara kelembagaan dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 186 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 118 Tahun 2014 tentang Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi, dan Keputusan Gubernur Sumatera Utara Nomor 188.44/715/KPTS/2016 tentang Pembina dan Pimpinan BAZNAS Provinsi Sumatera Utara .

Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera memiliki 5 program dalam kegiatan organisasinya. 5 program tersebut ialah Sumut Taqwa, Sumut Peduli, Sumut Cerdas, serta Sumut Makmur. Program tersebut tentulah dialokasikan demi menunjang kemakmuran umat. Dana program tersebut merupakan hasil dari Zakat, Infaq, Shadaqah dari umat muslim yang diamanahkan kepada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera agar diberikan kepada mustahiq.

Berdasarkan informasi dari ketua Badan Amil Zakat Nasional tingkat pusat, Prof, DR, Bambang Sudibyo, MBA, CA seperti dilansir Republika dalam siaran pers di sela Rapat dengan Komisi VIII DPR, di Jakarta, Selasa (5/12) menyatakan kepercayaan masyarakat terhadap peengeloalaan Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS) dan Dana Sosial Keagamaan Lainnya (DSKL) yang dilaksanakan BAZNAS terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan tersebut dibuktikan dengan meningkatnya penghimpunan BAZNAS di tingkat pusat pada semester I/2017 sebesar 54% dibandingkan dengan penghimpunan ZIS dan DSKL pada semester I/2016. Penghimpunan semester I/2017 sebesar Rp 85,04 miliar sedangkan pada semester I/2016 sebesar 55,261 miliar. Ia juga mengatakan sealing BAZNAS di tingkat pusat, peningkatan kepercayaan masyarakat ini juga terjadi pada BAZNAS di tingkat Provinsi dan Kabupaten/Kota termasuk pada BAZNAS Provinsi Sumatera utara. Penghimpunan ZIS dan DSKL naik dibandingkan perolehan tahun 2016 sehingga manfaatnya dirasakan lebih besar untuk program-program kepada mustahik.

Hal itu senada dengan pernyataan ketua BAZNAS Sumut, H. Amasnyah Nasution. Menurutnya jumlah zakat dari salah satu muzakki yaitu zakat dari

Aparatur Sipil Negara Kantor Gubernur Sumut meningkat pada tahun 2017 yang berkisar Rp. 2.739.589.543, di mana BAZNAS Sumut salurkan 4,5 Milyar untuk 15.000 paket program khusus Ramadhan Berkah. Peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap Badan Amil Zakat Nasional tingkat Provinsi Sumatera utara, tentulah disebabkan baiknya pengelolaan zakat dan penyaluran tepat sasaran yang dilaksanakan BAZNAS Sumut. Pengelolaan yang baik dan penyaluran zakat yang baik tentu saja menarik minat dan memunculkan sikap kepercayaan publik kepada BAZNAS Sumut. Hal inilah yang membuat masyarakat, khususnya masyarakat Sumatera Utara menzakatkan hartanya kepada BAZNAS Sumut.

Tidak sampai di situ, menurut informasi yang penulis peroleh melalui laman resmi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara, baznas.go.id, bahwa pada 24 Januari 2018 Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara aktif dalam memberikan modal, yaitu *Modal Usaha Kelompok Berbasis Masjid*. Hal itu diberikan melalui salah satu program unggulannya Sumut Makmur memberikan bantuan modal usaha kepada 12 (dua belas) masjid yang telah terbentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dan Badan Usaha Kelompok di wilayah kota Medan dan kabupaten Deli Serdang. Bantuan yang diberikan pada hari Rabu (24/01/2018) kepada 12 masjid UPZ BKM dan Badan Usaha Kelompok yang diterima Ketua Unit Pengumpul Zakat (UPZ) masing-masing menerima bantuan modal usaha sebesar Rp.20 juta akan disalurkan kembali kepada jamaah masjid yang membutuhkan suntikan modal usaha tanpa bunga. Bantuan modal usaha yang diberikan ini sebagai wujud kepedulian BAZNAS Provinsi Sumatera Utara bagi pelaku pelaku usaha yang

membutuhkan suntikan dana yang diperuntukkan bagi jamaah masjid. Tujuan memberikan bantuan tersebut untuk motivasi penerimanya memperkokoh tali silaturahmi sesama jamaah masjid. Disamping itu diharapkan juga dapat meningkatkan taraf hidup perekonomian keluarga sehingga merubah kondisi dari menerima menjadi memberi (dari mustahik menjadi muzakki). Total bantuan modal usaha yang disalurkan berjumlah Rp. 240 juta. Dalam arahan dan bimbingannya, Ketua Baznas Provinsi Sumatera Utara Drs. H. Amansyah Nasution, MSP mengatakan “*bantuan modal usaha yang diberikan pada hari ini total Baznas Provinsi Sumatera Utara bekerjasama dengan Baznas Kota Medan dan Deli Serdang dan nantinya akan diawasi dan dimonitoring penyalurannya melalui UPZ masjid kepada jamaah yang aktif melaksanakan sholat berjamaah lima waktu di masjid* katanya. Ditambah lagi bahwa setelah penyaluran bantuan dilakukan, diminta kepada Baznas Kota Medan dan Deli Serdang untuk melaporkan perkembangan bantuan ini setiap 3 bulan sekali. Kepada Ketua UPZ diminta agar benar-benar menyeleksi jamaah yang menerima bantuan modal usaha ini dan sekaligus melakukan kontrol kehadiran jamaah dalam melaksanakan ibadah sholat berjamaah lima waktu terutama harus menjalankan sholat subuh berjamaah di masjid.

Sebagai organisasi tentu dalam aktivitasnya tidak terlepas dari informasi, hal ini selaras dengan teori informasi organisasi menurut Karl Weick bahwa “organisasi berada dalam suatu lingkaran informasi”. Segala arus informasi tersebut tentunya tidak luput dari adanya aktivitas Komunikasi, khususnya komunikasi organisasi yang diyakini menjadi salah satu faktor penting dibalik baiknya pengelolaan

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara. Hal ini selaras dengan teori Tanpa adanya komunikasi tentu menimbulkan hambatan bagi seluruh anggota organisasi dalam menjalankan kegiatannya. Sebab melalui komunikasi yang dilakukan mampu memberikan saling pengertian di antara penyalur yang pada akhirnya menghindari miskomunikasi dalam melakukan penyaluran zakat.. Hal itu selaras dalam konteks ini, dikarenakan dalam proses koordinasi antar Amil memudahkan pihak Amil dapat menyalurkan zakat dengan memenuhi prosedur yang berlaku. Hal inilah yang menjadi faktor lancarnya aktivitas Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara dalam menyalurkan zakat, sehingga adanya kepercayaan publik dalam membayar zakat melalui Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara.

Berdasarkan alasan tersebut penulis tertarik dalam meneliti bagaimana implementasi komunikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara.

1.2. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis ingin membatasi ruang lingkup penelitian tentang format interaksi komunikasi organisasi yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi public dalam organisasi yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan usaha untuk menyatakan secara tersurat pertanyaan-pertanyaan penelitian apa saja yang perlu dijawab atau dicarikan jalan pemecahannya. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian yaitu :
“Bagaimana Implementasi Komunikasi Organisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara dalam Penyaluran Zakat

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas adalah untuk mengetahui bagaimana “Implementasi Komunikasi Organisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara dalam Menyalurkan Zakat“.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Secara Teoritis

Adapun manfaat penelitian ini secara teoritis ialah bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya komunikasi organisasi.

b. Manfaat Secara Akademis

Secara Akademis diharapkan dapat memeberikan manfaat dalam memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

c. Manfaat Secara Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara dalam mengimplementasikan komunikasi khususnya komunikasi organisasi dalam menyalurkan zakat kepada Mustahak.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : Uraian Teoritis

Bab ini berisikan tentang pengertian implementasi, pengertian organisasi, pengertian komunikasi, komunikasi organisasi, komunikasi interpersonal, fungsi dan tujuan, pengertian penyaluran, zakat, serta pengertian Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika penulisan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisikan hasil dan penelitian.

BAB V : Penutup

LAMPIRAN

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Implementasi

Dalam arti seluas-luasnya, implementasi sering juga dianggap sebagai bentuk pengoperasionalsasian atau penyelenggaraan aktivitas yang telah ditetapkan berdasarkan undang-undang dan menjadi kesepakatan bersama di antara beragam pemangku kepentingan (*stakeholder*), aktor, organisasi (publik atau privat), prosedur, dan teknik secara sinergistis yang digerakkan untuk berkerja sama guna menerapkan kebijakan ke arah tertentu yang dikehendaki. (Wahab, 2014:131). Sedangkan menurut Van Meter dan van Hom (Wahab, 2014:132) merumuskan proses implementasi sebagai “*those actions by public or private individuals (or groups) that are directed at the achievement of objective set fort in prior policy decisions*” (tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individual/pejabat-pejabat atau kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan).

2.2. Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya sama, *communicatio* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Komunikasi menyatakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale (1981) adalah ahli sosiologi Amerika, Mengatakan bahwa, “*Communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals.* Dengan kata-kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. (Muhammad, 2014:2).

Sedangkan menurut Merrinhe’s (Hoy dan Miskel,1978) mengartikan komunikasi itu adalah si pengirim menyampaikan pesan yang diinginkan kepada si penerima pesan dan menyebabkan terjadinya tanggapan (respon) dari si penerima pesan sebagaimana yang dikehendaknya (Harapan, 2014:1)

2.2.1. Definisi Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya sama, *communicatio* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Komunikasi menyatakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. (Bismala, 2015:141)

2.2.2. Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi dapat ditinjau pada lima unsure utama (bauran komunikasi) yang disampaikan pada teori komunikasi Laswell, yaitu *who says what in which channel to whom and with what effect.* (Mukarom, 2015:82-83).

2.2.3. Tujuan dan Fungsi Komunikasi

- a. Agar menjadi tahu dan memberitahukan, misalnya antar hubungan pergaulan sehari-sehari, surat edaran, pengumuman, pemberitahuan, dan sebagainya.
- b. Menilai masukan atau hasil atau suatu pola pemikiran, misalnya umpan balik, tanggapan atas pendapatan, evaluasi anggaran, penilaian rencana, dan sebagainya.
- c. Mengarahkan atau diarahkan, misalnya manajer mengarahkan sumber tenaga, material, uang, mesin, rapat kerja, seminar, penataran latihan kerja, petunjuk pelaksanaan, petunjuk teknis, dan sebagainya.
- d. Memengaruhi dan dipengaruhi, misalnya motivasi, persuasi, stimulasi dan sebagainya.
- e. Mengandung beberapa fungsi incidental atau netral yang tidak langsung memengaruhi tercapainya tujuan dan hubungan dalam pergaulan sosial.
- f. Dari paparan tersebut, terlihat bahwa komunikasi dapat menciptakan rasa pemahaman, tingkat penerimaan, dan motivasi terutama untuk menjawab hal terkait *who says* (sumber komunikator), *what* (pesan), *in which channel* (saluran/media) *to whom* (penerimaan), dan *in which effect* (akibat/perubahan). (Hubeis dkk, 2012:19-20).

2.2.4. Teori Komunikasi

Teori Informasi Organisasi

Teori informasi organisasi (Morrisan,2013:399) memiliki kedudukan penting dalam ilmu komunikasi.Karena menggunakan komunikasi sebagai dasar atau basis bagaimana mengatur atau mengorganisasi manusia dan memberikan pemikiriran rasional dalam memahami bagaimana. Menurut teori ini , organisasi bukanlah struktur yang terdiri dari atas sejumlah posisi dan peran tetapi merupakan kegiatan komunikasi, sehingga sebutan yang lebih tepat sebenarnya adalah *organizing*atau organisasi. Karena organisasi adalah sesuatu yang ingin dicapai melalui proses komunikasi yang berkelanjutan.

Karl Weick (Morissan, 2013:399) mengembangkan suatu pendekatan untuk menjelaskan proses organisasi dalam mengumpulkan, mengelola dan menggunakan informasi yang diterimanya. Weick melihat organisasi sebagai suatu sistem yang menerima berbagai informasi yang membingungkan dan multitafsir dari lingkungannya dan berusaha untuk memahaminya. Dengan demikian, menurut teori ini, organisasi dalam perkembangannya akan mengalami evolusi seiring dengan upaya organisasi untuk untuk memahami diri sendiri dan lingkungannya.

Fokus dari teori informasi organisasi adalah komunikasi informasi,hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi. Sangatlah jarang satu orang atau satu bagian pada perusahaan memiliki seluruh informasi yang diperlukan untuk dapat menyelesaikan

tugasnya. Informasi yang dibutuhkan berasal dari berbagai sumber. Namun demikian tugas mengelola atau memproses informasi tidaklah sekedar bagaimana memperoleh informasi; bagian tersulit adalah bagaimana memahami informasi dan mendistribusikan informasi yang diterima itu di dalam perusahaan (Morissan, 2013:400).

Teori informasi organisasi menjelaskan bagaimana organisasi memahami informasi yang membingungkan dan multitafsir. Teori ini memfokuskan perhatiannya pada proses mengorganisasi anggota suatu organisasi untuk mengelola informasi daripada struktur organisasi. Terdapat beberapa asumsi yang mendasari teori ini (Morissan, 2013:400):

- a) Organisasi berada dalam lingkungan informasi
- b) Informasi yang diterima suatu organisasi berbeda dalam hal tingkat kepastiannya.
- c) Organisasi berusaha untuk mengurangi ketidakpastian informasi.

Asumsi pertama menyatakan bahwa “organisasi berada dalam suatu lingkaran informasi. Ini berarti bahwa organisasi bergantung pada informasi untuk dapat berfungsi secara efektif dan untuk dapat mencapai tujuannya. Setiap hari organisasi dan anggotanya menerima banyak sekali informasi (stimuli) yang berasal dari lingkungannya, namun tidak semua informasi dapat diproses lebih lanjut.

Asumsi kedua yang dikemukakan Weick menyatakan bahwa informasi yang diterima suatu organisasi berbeda-beda dalam hal tingkat

ketidakpastiannya. Dengan kata lain, suatu informasi dapat memiliki lebih dari satu makna sehingga dapat menimbulkan multitafsir. Organisasi selalu bergantung pada informasi dan menerima informasi dalam jumlah besar. Tantangannya terletak pada kemampuan organisasi untuk memahami informasi yang diterima.

Dalam upaya untuk mengurangi ambiguitas informasi maka asumsi Weick ketiga mengemukakan bahwa “organisasi terlibat dalam proses informasi untuk mengurangi ketidakpastian informasi”. Menurut Weick, kegiatan organisasi berfungsi mengurangi ketidakpastian informasi, dan proses untuk mengurangi ketidakpastian merupakan kegiatan bersama di antara para anggota organisasi. Bagian-bagian yang terdapat dalam organisasi bergantung satu sama lain dalam upaya untuk mengurangi ketidakpastian.

2.3. Organisasi

2.3.1. Definisi Organisasi

Schein mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada

komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. (Muhammad, 2014: 23).

2.3.2. Karakteristik Organisasi

a. Dinamis

Organisasi sebagai suatu system terbuka terus menerus mengalami perubahan, karena selalu menghadapi tantangan baru dari lingkungannya dan perlu menyesuaikan diri dengan lingkungan yang selalu berubah tersebut.

b. Memerlukan Informasi

Semua organisasi memerlukan informasi untuk hidup. Tanpa informasi organisasi tidak dapat jalan. Dengan adanya informasi bahan mentah dapat diolah menjadi hasil produksi menjadi hasil produksi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia.

c. Mempunyai Tujuan

Organisasi adalah merupakan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu setiap organisasi harus mempunyai tujuan-tujuan sendiri.

d. Terstruktur

Organisasi dalam usaha mencapai tujuannya biasanya menggunakan aturan-aturan, undang-undang dan hierarki hubungan dalam organisasi. Hal ini dinamakan struktur organisasi.

2.3.3. Fungsi Organisasi

a. Memenuhi Kebutuhan Pokok Organisasi

Setiap organisasi mempunyai kebutuhan pokok masing-masing dalam rangka kelangsungan hidup organisasi tersebut. Misalnya semua organisasi cenderung memerlukan gedung sebagai tempat beroperasinya organisasi, uang atau modal untuk biaya pekerja dan penyediaan bahan mentah atau fasilitas yang diperlukan dalam pelaksanaan, format-format dan tempat penyimpanannya, petunjuk-petunjuk dan materi tertulis yang berkenaan dengan aturan-aturan dan undang-undang dari organisasi.

b. Mengembangkan Tugas dan Tanggung Jawab

Kebanyakan organisasi bekerja dengan bermacam-macam standar etis tertentu. Ini berarti bahwa organisasi harus hidup sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh organisasi maupun standar masyarakat di mana organisasi itu berada. Standar ini memberikan organisasi satu set tanggung jawab yang harus dilakukan oleh anggota organisasi, baik itu hubungannya ada dengan produk yang mereka buat maupun tidak.

c. Memproduksi Barang atau Jasa

Fungsi utama dari organisasi adalah memproduksi barang atau jasa sesuai dengan jenis organisasinya. Semua organisasi mempunyai produknya masing-masing. Misalnya organisasi pendidikan guru produksinya adalah calon-calon guru.

d. Mempengaruhi dan Dipengaruhi Orang

Sesungguhnya organisasi digerakkan oleh orang. Orang yang membimbing, mengelola, mengarahkan, dan menyebabkan pertumbuhan organisasi. Orang yang memberikan ide-ide baru, program baru dan arah yang baru.

2.3.4. Tujuan Organisasi

- a. Tujuan jangka panjang, yang bersifat abstrak, merupakan cerminan dari misi organisasi.
- b. Tujuan jangka pendek, yang merupakan tujuan operasional, dan taktis organisasi.

2.4. Komunikasi Organisasi

2.4.1. Definisi Komunikasi Organisasi

R. Wayne Pace dan Done F. Faules yang dialih bahasakan oleh Mulyana (2001:31-3) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjuk dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi, dengan demikian, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. (Poppy Ruliana, 2014:17-18)

Katz dan Kahn mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran dan pemindahan arti dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn organisasi adalah sebagai suatu sistem

terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan. (Arni Muhammad, 2014: 65-66).

2.4.2. Komponen Komunikasi Organisasi

Dalam proses komunikasi organisasi, ada beberapa komponen yang penting untuk diperhatikan. Adapun komponennya yang penting untuk diperhatikan. Adapun komponennya adalah sebagai berikut:

- 1) Jalur komunikasi internal, eksternal, atas-bawah, bawah-atas, horizontal serta jaringan.
- 2) Induksi, antara lain orientasi tersembunyi dari para karyawan, kebijakan dan prosedur, serta keuntungan para karyawan.
- 3) Saluran, antara lain media elektronik (email, internet), media cetak (memo, suratmenyurat, bulletin) dan tatap muka.
- 4) Rapat, antara lain seleksi, tampilan kerja dan promosi karier.

2.4.3. Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi komunikasi Organisasi (Bismala dkk, 2015: 147) dijelaskan sebagai berikut:

a. Fungsi informatif

Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi.

b. Fungsi regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan-peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

c. Fungsi persuasif

Banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada member perintah, sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

d. Fungsi integratif

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat dilaksanakan tugas dan pekerjaan yang baik.

2.4.4. Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi (Ruliana, 2014: 24). Menurut Koontz (dalam Moekijat, 1993: 15-16), dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan. Sementara itu Liliweri (2013: 372-373) mengemukakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi, yakni:

- a. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
- b. Membagi informasi
- c. Menyatakan perasaan dan emosi
- d. Melakukan koordinasi

2.4.5. Jenis-jenis Komunikasi Organisasi

Komunikasi yang terjadi dapat dikelompokkan berdasar beberapa jenis.

Berdasarkan arahnya, komunikasi yang terjadi bisa berbentuk :

1. Komunikasi ke bawah, komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya.
2. Komunikasi ke atas, ketika bawahan memberikan umpan balik pada atasan, atau komunikasi yang terjadi ketika bawahan (*subordinate*) mengirim pesan kepada atasannya.
3. Komunikasi lateral, komunikasi horizontal sesama anggota dalam kelompok. Komunikasi ini digunakan untuk mempermudah terjadinya koordinasi di antar kelompok sehingga tidak terjadi tumpang tindih pelaksanaan tugas di antara anggota. (Bismala, 2015: 152).

2.4.6. Saluran Komunikasi Organisasi

Saluran komunikasi adalah alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyebarluaskan (mendistribusikan) suatu pesan dengan tujuan memperoleh respon atau timbal balik. Saluran komunikasi ini terdiri dari saluran interpersonal dan saluran massa. Saluran interpersonal bersifat

langsung seperti komunikasi tatap muka dan saluran tidak langsung ,seperti telepo, SMS, BBM, Line, WhatsApp, dan sebagainya. (Ruliana, 2014:32).

Brent dan Stewart (Ruliana, 2014: 33) merangkum saluran komunikasi organisasi dengan mengutip sebagian dari pendapat R. Wayne Pace (1983). Beberapa di antaranya:

Saluran Komunikasi Organisasi Brent Dan Stewart			
1. Memo	11. Rapat	21. Video satelit	30. Rincian pesan psikotest
2. Telepon	12. Curhat	22. Kuliah	31. DVD
3. Laporan berkala	13. Acara keluarga (family gathering)	23. Buku petunjuk	32. Bagan grafik
4. E-mail	14. Loka karya	24. Bulletin	33. Poster
5. Makan siang bersama	15. Menggandakan ikan	25. Video streaming internet	34. Kotak saran
6. Presentasi video	16. Pameran dan pertunjukan	26. Buku data karyawan	35. Konferensi jarak jauh
7. Sesi latihan	17. Lembaran presentasi	27. Pembicara tamu	36. Komite
8. Konfrensi	18. Kontak antarpribadi	28. Laporan tahunan	37. Pertemuan social
9. Pidato	19. Faksimile	29. Pamphlet pengumuman	38. Wawancara konsultasi
10. System pengiriman pesan	20. Selentingan		

Tabel 2.1

2.4.7. Hambatan Komunikasi Organisasi

Komunikasi yang terjadi di antara berbagai pihak tidak selalu dapat berjalan mulus tanpa batasan. Pada beberapa kasus, pesan seringkali gagal disampaikan/ dipahami, atau bahkan dipahami secara berbeda oleh penerima pesan (Bismala, 2015:155). Hambatan-hambatan dalam komunikasi ini meliputi:

1. Hambatan Teknis

Hambatan teknis yaitu hambatan yang muncul karena keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi. Jenis hambatan teknis dalam komunikasi meliputi:

- a. Tidak adanya rencana atau prosedur kerja yang jelas
- b. Kurangnya informasi atau penjelasan
- c. Kurangnya keterampilan membaca
- d. Pemilihan media/ saluran yang kurang tepat.

2. Hambatan Semantik

Gangguan semantik menjadi hambatan dalam proses penyampaian pengertian atau idea secara efektif, yang diungkapkan lewat bahasa. Kata-kata membantu proses pertukaran timbal balik arti dan pengertian (komunikator dan komunikan), tetapi seringkali proses penafsirannya keliru.

3. Hambatan Manusiawi

Hambatan manusiawi terjadi karena adanya faktor, emosi dan prasangka pribadi, persepsi, kecakapan atau ketidakcakapan,

kemampuan atau ketidakmampuan alat-alat panca indera seseorang, dan lain-lain. Hambatan yang berasal dari perbedaan individual manusia meliputi:

- a. Perbedaan persepsi, perbedaan umur, perbedaan keadaan emosi, keterampilan mendengarkan, perbedaan status, pencairan informasi, penyaringan informasi.
- b. Hambatan yang ditimbulkan oleh iklim psikologis dalam organisasi.
- c. Suasana iklim kerja dapat mempengaruhi sikap dan perilaku staf dan efektifitas komunikasi organisasi.

2.4.8. Format Interaksi Komunikasi Organisasi

Berdasarkan jumlah interaksi yang terjadi dalam komunikasi, komunikasi tersebut dapat dibedakan atas 3 kategori yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok kecil dan komunikasi public. (Muhammad, 2014:158).

2.5. Komunikasi Interpersonal

2.5.1. Definisi Komunikasi Interpersonal

Secara definitif, komunikasi antar pribadi dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka. Hal demikian berdasar apa yang pernah dikatakan oleh R. Wayne Pace (Nurudin, 2017: 86), “ *interpersonal communication is communication involving two or more people in face to face communication*”. Komunikasi dilakukan lebih dari dua orang sebagaimana dikatakannya, tidak disebutkan jumlahnya secara pasti.

Sedangkan menurut Kathleen S. verdeber et al. (2007), komunikasi antarpribadi merupakan proses melalui mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbale balik dalam menciptakan makna. (Budyatna, 2011:14).

2.5.2. Unsur-unsur Komunikasi Organisasi

Beberapa unsure yang harus dimiliki oleh setiap bentuk komunikasi termasuk komunikasi antar pribadi adalah :

- a. Konteks
- b. Komunikator-komunikan
- c. Pesan
- d. Saluran
- e. Gangguan
- f. Umpan balik
- g. Model Proses (<https://id.scribd.com/doc/138730642/Unsur-Komunikasi-Antar-Pribadi>)

2.5.3. Klasifikasi Komunikasi Interpersonal

Redding (Muhammad, 2014: 159) mengembangkan klasifikasi interpersonal menjadi interaksi intim, percakapan sosial, interogasi atau pemeriksaan dan wawancara.

a. Interaksi Intim

Interaksi intim termasuk komunikasi di antara teman baik, pasangan yang sudah menikah, anggota family, dan orang-orang yang mempunyai ikatan emosional yang kuat. Kekuatan dari hubungan menentukan iklim interaksi yang terjadi. Di dalam organisasi, hubungan ini dikembangkan dalam system komunikasi informal. Misalnya, hubungan yang terlibat di antara kedua orang teman baik dalam organisasi, yang mempunyai interaksi personal mungkin di luar peranan dan fungsinya dalam organisasi.

b. Percakapan Sosial

Percakapan sosial adalah interaksi untuk menyenangkan seseorang secara sederhana dengan sedikit berbicara. Percakapan biasanya tidak begitu terlibat secara mendalam. Tipe komunikasi tatap muka penting bagi pengembangan hubungan informal dalam organisasi. Jika dua orang atau lebih bersama-sama dan berbicara tentang perhatian, minat di luar organisasi seperti, family, sport, isu politik, ini adalah merupakan contoh percakapan social.

c. Interogasi atau Pemeriksaan

Interogasi atau pemeriksaan adalah interaksi antara seseorang yang ada dalam kontrol, yang meminta atau bahkan menuntut informasi daripada yang lain.

d. Wawanacara

Wawancara adalah bentuk komunikasi interpersonal di mana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa Tanya jawab.

2.5.4. Tujuan Komunikasi Interpersonal

komunikasi interpersonal merupakan suatu *action oriented*, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu (Suranto AW, 2011: 19-2). Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa di antaranya dipaparkan berikut ini.

a. Mengungkapkan Perhatian kepada Orang Lain

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain. Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan partner komunikasinya, dan sebagainya.

b. Menemukan Diri Sendiri

Artinya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi. Bila seseorang terlibat komunikasi interpersonal dengan orang lain, maka terjadi proses belajar banyak sekali tentang diri maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk berbicara tentang apa yang disukai dan apa yang dibenci. Dengan saling membicarakan keadaan diri, minat, dan harapan maka seseorang memperoleh informasi berharga untuk mengenai jati diri, atau dengan kata lain menemukan diri sendiri.

c. Menemukan Dunia Luar

Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan actual.

d. Membangun dan Memelihara Hubungan yang Harmonis

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.

e. Mempengaruhi Sikap dan Tingkah Laku

Komunikasi interpersonal ialah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mrngubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung.

f. Mencari Kesenangan atau Sekedar Menghabiskan Waktu

Ada kalanya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal sekedar mencari kesenangan atau hiburan. Berbicara dengan teman mengenai acara perayaan ulang tahun, berdiskusi mengenai olahraga, bertukar cerita-cerita lucu adalah merupakan pembicaraan untuk mengisi dan menghabiskan.

g. Menghilangkan Kerugian Akibat Salah Komunikasi

Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi dan salah interpretasi yang terjadi antara sumber dan penerima pesan. Mengapa? Karena dengan komunikasi interpersonal dapat

dilakukan pendekatan secara langsung, menjelaskan berbagai pesan yang rawan menimbulkan kesalahan interpretasi.

h. Memberikan Bantuan

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkannya.

2.5.5. Hubungan Interpersonal yang efektif

Menurut Roger (Muhammad, 2014: 176) hubungan interpersonal akan terjadi secara efektif apabila kedua pihak memenuhi kondisi tersebut :

- a. Bertemu satu sama lain secara personal
- b. Empati secara tepat terhadap pribadi yang lain dan berkomunikasi yang dapat dipahami satu sama lain secara berarti.
- c. Menghargai satu sama lain, bersifat positif dan wajar tanpa menilai atau keberatan.
- d. Menghayati pengalaman satu sama lain dengan sungguh, bersikap menerima dan empati satu sama lain.
- e. Merasa bahwa saling menjaga keterbukaan dan iklim yang mendukung dan mengurangi kecenderungan gangguan arti.
- f. Memperlihatkan tingkah laku yang percaya penuh dan memperkuat perasaan aman terhadap yang lain.

2.6. Komunikasi Publik

2.6.1. Definisi Komunikasi Publik

Yang dimaksud dengan komunikasi public adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam organisasi atau yang diluar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. (Muhammad, 2014: 197).

2.6.2. Tujuan Komunikasi Publik

Tujuan umum dari komunikasi publik terutama sekali adalah untuk memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai organisasi misalnya mengenai aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil produksi organisasi. Sealing dari itu komunikasi publik juga bertujuan untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan masyarakat di luar organisasi seperti pemakai hasil produksi organisasi dan masyarakat umumnya. Komunikasi publik juga dapat digunakan untuk memberikan hiburan kepada sejumlah orang, seperti menceritakan pengalaman yang menyenangkan kepada orang banyak. (Muhammad, 2014: 198).

2.6.3. Tipe komunikasi Public dalam Organisasi

Bentuk presentasi komunikasi organisasi publik secara garis besarnya dapat dibedakan atas dua kategori, yaitu yang bersifat pemberian

informasi dan mencari komitmen. Presentasi yang bersifat pemberian informasi dapat pula dibedakan sebagai berikut:

1) Presentasi Orientasi

Presentasi ini sengaja diberikan kepada karyawan-karyawan baru dalam organisasi untuk memperkenalkan mereka dengan lingkungan kerja yang baru.

2) Presentasi Untuk Latihan Pekerjaan Tertentu

Bila sejumlah anggota organisasi diberikan jabatan baru, mereka mesti dilatih untuk pekerjaan itu oleh pelatih, melalui beberapa bentuk presentasi komunikasi lisan.

3) Laporan status

Tiap-tiap subunit organisasi haruslah menyimpan informasi tentang apa yang mereka lakukan. Tiap-tiap supervisor tersebut tentu melaporkan statusnya masing-masing kepada atasannya.

4) Laporan kepada dewan pengurus

Anggota dewan seringkali diminta untuk memberikan laporan kepada dewan pengurus atau yayasan yang membina organisasi.

5) Rapat-rapat umum

Salah satu kegiatan utama dalam rapat tersebut adalah untuk memberikan informasi kepada seluruh karyawan yang mungkin berkenaan dengan kebijaksanaan umum yang baru atau peraturan baru

yang perlu diketahui oleh karyawan, atau mengenai hal lainnya yang perlu diinformasikan secara cepat.

Bentuk kedua komunikasi publik dalam organisasi adalah untuk mencari komitmen. Beberapa tipe dari presentasi ini adalah sebagai berikut:

1) Presentasi pemasaran

Tipe yang paling nyata dari presentasi untuk mencari komitmen adalah presentasi yang dilakukan oleh seorang bagian pemasaran yang mencoba meyakini orang lain tentang hasil produksi atau pelayanan organisasinya.

2) Presentasi memotivasi

Bila presentasi yang diberikan untuk mempengaruhi orang agar mau berkerja keras atau meningkatkan produksi maka presentasi itu dinamakan motivasi.

3) Presentasi penerimaan karyawan atau mahasiswa

Kadang-kadang suatu organisasi perlu melakukan presentasi untuk mendapatkan tenaga-tenaga yang akan berkerja pada organisasi yang akan menduduki posisi tertentu, atau tenaga-tenaga yang akan dididik dalam lembaga tertentu.

4) Pendekatan tim

Tujuan presentasi ini adalah untuk membujuk orang atau meyakini orang agar mau menerima ide-ide yang disampaikan.

2.7. Zakat

2.7.1 Definisi Zakat

Ditinjau dari segi bahasa, kata zakat mempunyai beberapa arti, yaitu keberkahah, pertumbuhan dan perkembangan, kesucian dan kebersihan. Zakat dimaksudkan untuk membersihkan harta benda milik orang lain, yang dengan sengaja atau tidak sengaja, telah termasuk ke dalam harta benda kita. Secara istilah, *Hafidhuddin* (2002) mengatakan zakat merupakan bagian dari harta dengan persyaratan tertentu di mana yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya. (Pohan, 2014: 117).

2.7.2. Jenis Zakat

Jenis-jenis zakat pada dasarnya ada dua, yaitu zakat *fitriah* dan *maal*. Setelah zaman semakin modern, yaitu kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berkembangnya jasa (Dokter, Notaris, advokat, Kontraktor, Dosen, Teknokrat dan lain-lain) berdasarkan kajian sebagian ahli fikih dengan semakin tinggi dan canggihnya pola piker umat islam menjadi bertambah satu yaitu zakat profesi. (Pohan, 2014:120).

a. Zakat Fitrah

Zakat fitrah adalah harta yang disantunkan pada hari raya idul fitri seberat satu *sha'* (kira-kira $3^{1/3}$ liter beras) sebelum usai melaksanakan

sholay 'Ied untuk didistribusikan kepada para *fuqara* dan *masakin*. Hukum mengeluarkan zakat fitrah adalah wajib bagi setiap muslim yang mampu, yaitu setiap muslim yang memiliki kelebihan makanan selama satu hari satu malam sebanyak satu *sha'* dari makanannya bersama keluarganya, yang menjadi tanggung jawab kepala keluarga.

b. Zakat Maal

Zakat maal adalah harta yang disantunkan dari milik seseorang setelah mencapai masa satu tahun (*haul*) dengan nisab tertentu untuk didistribusikan kepada delapan *ashnap*. Pengertian zakat maal menurut islam adalah sesuatu yang dikeluarkan dari harta kita. Maal sendiri menurut bahasa adalah harta. Harta wajib dikeluarkan zakatnya apabila telah sampai nisab dan haulnya.

c. Zakat Profesi

Zakat profesi adalah zakat yang dikeluarkan dari penghasilan profesi bila telah mencapai nilai zakat, yaitu sebesar 520 kg beras, besarnya nilai zakat yang harus dikeluarkan adalah 2,5% dari penghasilan. Berita resmi Muhammadiyah-04 mengemukakan zakat profesi adalah zakat yang dikeluarkan dari hasil usaha yang halal dan dapat menghasilkan (uang) yang relative banyak dengan cara yang mudah baik melalui keahlian atau tidak.

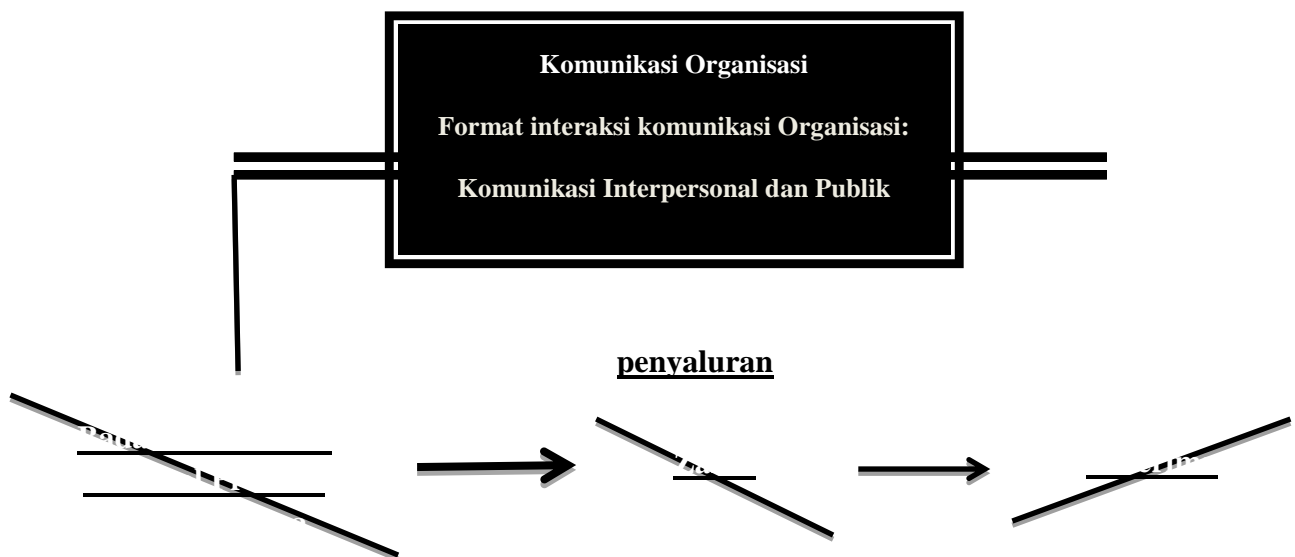
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang saya gunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Di mana penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu. penelitian ini menggambarkan objek penelitian melalui wawancara mendalam terhadap informan atau narasumber, sehingga dapat ditemukan gambaran bagaimana implementasi komunikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara.

3.2. Kerangka Konsep



Gambar 3.2

3.3 Definisi Konsep

a) Implementasi

menurut Van Meter dan van Hom (1975) merumuskan proses implementasi sebagai “*those actions by public or private individuals (or groups) that are directed at the achievement of objective set fort in prior policy decisions*” (tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individual/pejabat-pejabat atau kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan).

b) Komunikasi Organisasi

R.Wayne Pace dan Done F. Faules yang dialih bahasakan oleh Mulyana (2001 : 31-3) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjuk dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suati organisasi tertentu. Suatu organisasi, dengan demikian, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. (Ruliana, 2014: 17-18)

c) Komunikasi Interpersonal

komunikasi interpersonal merupakan suatu *action oriented*, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu (Suranto AW, 2011: 19-21).

d) Komunikasi Publik

Yang dimaksud dengan komunikasi public adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam organisasi atau yang diluar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. (Muhammad, 2014: 197).

e) Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara adalah lembaga resmi yang dibentuk oleh pemerintah untuk melaksanakan pengelolaan zakat di Sumatera Utara. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara secara kelembagaan dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 186 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 118 Tahun 2014 tentang Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi, dan Keputusan Gubernur Sumatera Utara Nomor 188.44/715/KPTS/2016 tentang Pembina dan Pimpinan BAZNAS Provinsi Sumatera Utara.

f) Penyaluran

Penyaluran berasal dari kata dasar salur. Penyaluran memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga penyaluran dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat atau semua benda yang dan segala yang

dibendakan. Penyaluran berarti proses, cara, perbuatan menyalurkan.

(<https://2018/12/03/kbbi.kata.web.id/penyaluran/>)

g) Zakat

Ditinjau dari segi bahasa, kata zakat mempunyai beberapa arti, yaitu keberkahah, pertunbuan dan perkembangan, kesucian dan kebersihan. Zakat dimaksudkan untuk membersihkan harta benda milik orang lain, yang dengan sengaja atau tidak sengaja, telah termasuk ke dalam harta benda kita. Secara istilah, *Hafidhuddin* (2002) mengatakan zakat merupakan bagian dari harta dengan persyaratan tertentu di mana yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya. (Pohan, 2014: 117).

3.3. Kategorisasi

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Komunikasi Organisasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi ke Bawah 2. Komunikasi ke Atas 3. Komunikasi Lateral
2.	Komunikasi Interpersonal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber 2. Encoding 3. Pesan 4. Saluran 5. Penerima 6. Decoding 7. Respon 8. gangguan 9. Konteks
3.	Komunikasi Publik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikator 2. Pesan 3. Media

Tabel 3.3

3.4. Informan/Narasumber

Menurut Andi Prastowo (Hakim, 2017:152) Informan adalah orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian dan atau sebagai sasaran penelitian.

Hal ini dapat kita simpulkan bahwa informan adalah orang yang memiliki pengetahuan dan informasi penting terkait hal yang ingin kita teliti.

Adapun informan dalam ini penelitian adalah:

a. Nama : Ir. H. Syahrul Jalal, MBA

Jabatan : Wakil Ketua III

b. Nama : Drs. Syu'aibun, M.Hum

Jabatan : Wakil Ketua IV

c. Nama : T.M. Ridwan, SE

Jabatan : Kepala Bagian Pendistribusian dan Pendayaagunaan

3.5. Teknik Pengumpulan data

Dalam rangka mengumpulkan data yang diperlukan, maka penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Wawancara menurut Berger (Kriyantono, 2010: 100) adalah percakapan antara periset, seseorang yang berharap mendapatkan informasi dan informan atau seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Adapun jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semistruktur (Semistructured Interview). Pada wawancara ini, pewawancara biasanya mempunyai daftar pertanyaan tertulis tetapi memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas, yang terkait permasalahan.

3.6. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknis analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman yaitu analisis interaktif. Teknik analisis data kualitatif dengan analisis interaktif melalui tahapan sebagai berikut:

- a) Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan data dari semua data yang sudah didapat.
- b) Penyajian data adalah proses pengorganisasian untuk memudahkan data untuk di analisis dan disimpulkan.

3.7. Penarikan kesimpulan, dalam proses ini adalah membuat pernyataan atau kesimpulan secara bulat tentang suatu permasalahan yang diteliti dalam bahasa yang deskriptif dan bersifat interaktif (Idrus, 2009:147-151).

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini bertempat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara Jalan Rumah Sakit haji. No.47, Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli serdang. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada akhir Januari 2019 hingga Februari 2019.

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

a) Profil

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara adalah lembaga resmi yang dibentuk oleh pemerintah untuk melaksanakan

pengelolaan zakat di Sumatera Utara. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara secara kelembagaan dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 186 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 118 Tahun 2014 tentang Pembentukan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi, dan Keputusan Gubernur Sumatera Utara Nomor 188.44/715/KPTS/2016 tentang Pembina dan Pimpinan BAZNAS Provinsi Sumatera Utara .

b) Visi dan Misi

1) Visi

“Menjadi pengelola zakat yang terpercaya di Indonesia”

2) Misi

- a. Mengkoordinasikan pengelolaan zakat yang dilaksanakan BAZNAS kabupaten/kota, Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dalam mencapai target di Sumatera Utara.
- b. Mengoptimalkan secara terukur pengumpulan zakat di Sumatera Utara.
- c. Mengoptimalkan pendistribusian dan pendayagunaan zakat untuk mengentaskan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan pemoderasian kesenjangan social.

- d. Menerapkan system manajemen yang keuangan yang transparan dan akuntabel berbasisi teknologi informasi dan komunikasi terkini.

c) Peran Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara

- 1) Perencanaan pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat di tingkat Provisinsi Sumatera Utara.
- 2) Pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat di tingkat Provinsi sumatera Utara.
- 3) Pengendalian pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat di tingkat Provinsi sumatera Utara.
- 4) Pelaporan dan pertanggungjawaban pelaksanaan pengelolaan zakat di tingkat Provinsi sumatera Utara, dan
- 5) Pemberian rekomendasi dalam proses izin pembukaan perwakilan Lembaga Amil Zakat (LAZ) berskala nasional di Provinsi sumatera Utara.

d) Program Dasar

1) Bidang kemanusiaan (Sumut Peduli)

Sifat program bidang kemanusiaan adalah karitatif. Program bidang kemanusiaan ini melputi :

- a. Bantuan pemenuhan kebutuhan hidup untuk fakir dan miskin di bidang pangan, sandang dan papan.

- b. Bantuan penyelesaian masalah hutang dalam pemenuhan kebutuhan dasar hidup serta penyelesaian tunggakan uang sekolah untuk fakir miskin.
- c. Bantuan musafir
- d. Bantuan bersifat emergency atau tanggap darurat disebabkan bencana alam dan lainnya.

2) Bidang Dakwah-Advokasi (Sumut Takwa)

Sifat program bidang Dakwah-Advokasi adalah produktif. Program bidang Dakwah-Advokasi ini meliputi :

- a. Keterampilan da'i
- b. Pengembangan dakwah Islamiyah di mesjid/musholla, di desa-desa terpencil di minoritas muslim.
- c. Pembangunan mesjid secara utuh yang diprioritaskan di desa-desa terpencil di minoritas muslim, bantuan renovasi mesjid/musholla dan madrasah.
- d. Penguatan akidah dan ekonomi muallaf.
- e. Bantuan perayaan hari besar Islam.

3) Bidang Pendidikan (Sumut Cerdas)

Sifat program bidang pendidikan adalah produktif. Program bidang pendidikan ini meliputi:

- a. Bantuan biaya pendidikan untuk SD, SMP, dan Aliyah (sederajat).

- b. Bantuan penulisan tugas akhir, skripsi, tesis dan disertasi.
- c. Bantuan dan pembinaan kepribadian/karakter.
- d. Bantuan biaya hidup dan biaya pendidikan satu keluarga miskin satu orang sarjana.

4) Bidang Ekonomi (Sumut Makmur)

Sifat program bidang ekonomi adalah produktif. Program bidang ekonomi ini meliputi :

- a. Bantuan modal usaha/ profesi di berbagai sektor perekonomian, seperti pertanian, perternakan, perikanan dan bidang-bidang perekonomian lainnya.
- b. Bantuan kepelatihan kewirausahaan.
- c. Biaya pendampingan pengelola usaha.

5) Bidang Kesehatan (Sumut Sehat)

Sifat program bidang kesehatan adalah karitatif. Program bidang kesehatan ini meliputi :

- a. Pemeriksaan kesehatan dan pengobatan gratis untuk fakir miskin.
 - b. Khitanan missal untuk anak fakir miskin.
 - c. Pelayanan paket gizi untuk anak-anak fakir miskin, muslim-muslimah lanjut usia miskin, anak/keluarga terlantar.
 - d. Bantuan alat-alat kesehatan untuk keluarga miskin termasuk penyandang cacat.
 - e. Pelayanan klinik pertama BAZNAS Provinsi Sumatera Utara.
- Produktif: Penyuluhan dan penyadaran serta pencerdasan masalah-masalah kesehatan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Berikut laporan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 14 sampai 16 Februari 2018 di Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara .

No	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan
1.	Ir. H. Syahrul Jalal, MBA	Laki-laki	Wakil Ketua III
2.	Drs. Syu'aibun, M.Hum	Laki-laki	Wakil Ketua IV
3.	T.M. Ridwan, SE	Laki-laki	Kepala Bagian Pendistribusian dan Pendayaagunaan

Table 4.1 : Data Narasumber

1. Komunikasi Organisasi

Hasil penelitian ini menunjukkan melalui hasil wawancara oleh salah satu narasumber yaitu Ir. H. Syahrul Jalal, MBA selaku Wakil ketua III terkait bagaimana proses implementasi komunikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara. Ia menjelaskan bahwa proses implementasinya dimulai adanya permintaan dari yang mengusulkan zakat

kepada pihak staf atau pelaksana tugas kemudian pihak pelaksana tugas tersebut mengkonfirmasi usulan tersebut kepada pihak pengurus . kemudian pihak pengurus melakukan rapat atau diskusi dengan sesama pengurus di mana pengurus menimbang apakah usulan zakat tersebut berhak atau tidaknya menerima zakat tersebut, melalui pertimbangan seperti memenuhi atau tidak syarat menerima zakat, atau dana yang diusulkan masuk akal atau tidak. Kemudian setelah diketahui keputusannya, pengurus mengkonfirmasi hasil tersebut kepada unit pelaksana tugas, kemudian unit pelaksana tugas.

Senada dengan pendapat dari menurut T.M. Ridwan, SE sebagai Kepala Bagian Pendistribusian dan Pendayagunaan saat ditanya terkait mekanisme komunikasi organisasi BAZNAS Provinsi Sumatera Utara, ia mengatakan tentu dimulai adanya informasi pemohon zakat kemudian informasi tersebut kami sampaikan kepada pengurus untuk didiskusikan, terkadang kami selaku unit pelaksana tugas kami ditugaskan untuk melakukan survei kepada pemohon proposal tersebut benarkah dia layak atau tidak menerima zakat lalu kemudian melaporkannya fakta di lapangan kepada pengurus untuk didiskusikan. Kemudian ketika hasil tersebut sudah disepakati lalu dikonfirmasi kepada kami (unit pelaksana tugas) lalu kami sampaikan hasilnya kepada pemohon tersebut.

Hal itu juga disepakati oleh wakil ketua IV Drs. Syu'aibun, M.Hum, prosesnya dimulai adanya konfirmasi pemohon zakat kepada pelaksana tugas yang selanjutnya disampaikan kepada kami kemudian kami diskusikan dengan pengurus yang lain, hasilnya kami sampaikan kepada pelaksana tugas.

Menurut wakil ketua IV Drs. Syu'aibun, M.Hum, terkait bagaimana intensitas komunikasi antara atasan (pimpinan) dan bawahan (pelaksana tugas) ia menuturkan bahwa sudah tentu bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pihak Baznas antara pimpinan dan pelaksana tugas sudah berjalan intens guna memepermudah mereka dalam mengetahui informasi sejauh mana zakat tersebut dilaksanakan. Mengenai pesan apa saja yang disampaikan dalam komunikasi pimpinan kepada pelaksana tugas dan sebaliknya. Ia menerangkan pesan yang disampaikan dari pimpinan ke bawahan itu biasanya berupa perintah, hasil rapat dengan pengurus, jika dari bawahan ke atasan itu biasanya laporan adanya orang mengusul untuk diberikan zakat atau bantuan.

Begitu juga dengan pendapat Ir. H. Syahrul Jalal, MBA ia menerangkan jelas intens, karena bagaimana mungkin kami bisa meyalurkan zakat dengan baik dan menjalankan koordinasi jika komunikasi kami kepada unit pelaksana tugas tidak intens, harus intens agar pesan atau informasi yang berhubungan dengan permohonan zakat atau penyaluran zakat dapat diproses oleh kami sebagai pengurus. Pesan yang disampaikan berupa arahan sebelum menyalurkan zakat, perintah untuk melakukan survey kepada pemohon zakat. Sedangkan menurut T.M. Ridwan, SE sebagai Kepala Bagian Pendistribusian dan Pendayagunaan ia menerangkan Komunikasi pimpinan ke bawah begitu juga sebaliknya yang dimaksud berjalan dengan baik ya, karena setiap ada pesan atau ada surat yang ditujukan kepada pimpinan terkait zakat itukan tentu kami pelaksana tugas secara personal memberikan usulan tersebut kepada pimpinan atau pengurus yang bersangkutan, kemudian begitu juga dengan pimpinan menanyakan langsung

secara personal kepada pelaksana tugas terkait progress pembayaran dan penyaluran zakat yang telah disalurkan. Mengenai komunikasi antar sesama pengurus Drs. Syu'aibun M.Hum, menjelaskan komunikasi yang terjadi ialah pembicaraan atau diskusi tentang laporan dari pengusul zakat, apakah layak atau tidak untuk diberikan zakat atau bantuan sesuai syariat. Sedangkan menurut T.M. Ridwan, SE sebagai Kepala Bagian Pendistribusian dan Pendayagunaan ia menerangkan Komunikasi Organisasi antar sesama pelaksana tugas, bagaimana berkoordinasi dengan sesama pelaksana tugas terkait perintah atau aturan yang disampaikan pimpinan. Dan juga saling berkoordinasi jika diminta pimpinan untuk melakukan riset ke lokasi yang ingin diberikan zakat untuk diteliti bahwa layak tidakkah pengusul ini diberikan zakat. pendapat Ir. H. Syahrul Jalal, MBA menurutnya Komunikasi yang kami lakukan adalah diskusi terkait laporan yang masuk dari pemohon zakat, diberikan atau tidak melihat dari nilai-nilai syariat.

2. Format Komunikasi Organisasi : Komunikasi Interpersonal

Terkait bagaimana komunikasi interpersonal di BAZNAS, menurut T.M. Ridwan, SE sebagai Kepala Bagian Pendistribusian dan Pendayagunaan mengatakan bahwa Komunikasi interpersonal yang dimaksud berjalan dengan baik ya, karena setiap ada pesan atau ada surat yang ditujukan kepada pimpinan terkait zakat itu kan tentu kami pelaksana tugas secara personal memberikan usulan tersebut kepada pimpinan atau pengurus yang bersangkutan, kemudian begitu juga dengan pimpinan menanyakan langsung secara personal kepada

pelaksana tugas terkait progress pembayaran dan penyaluran zakat yang telah disalurkan.

Drs. Syu'aibun M.Hum, menambahkan terkait komunikasi interpersonal di BAZNAS ia menrangkan Ya sangat baik, karena di antara kami baik pengurus dan pelaksana tugas saling memahami yang pesan dimaksud yang masing-masing kami sampaikan, hal itu dapat kita lihat tidak ada miskomunikasi sehingga kami mampu melaksanakan penyaluran zakat dengan baik sesuai yang diharapkan. Sedangkan menurut Ir. H. Syahrul Jalal, MBA ia menceritakan Sangat intens kami saling berkomunikasi setiap hari. Pembicaraanya seputar masukan, bimbingan kepada pelaksana tugas dalam menyalurkan zakat agar lebih baik dalam menyalurkan zakat sesuai syari, menanyakan perkembangan survey terhadap rumah calon pemohon zakat memang membutuhkan atau tidak. Perkembangan penyaluran zakat yang dilaksanakan pelaksana tugas. Kalau dengan sesama pengurus biasanya terkait perkembangan program yang sudah dijalankan seperti program Beasiswa dan lain-lain.

Terkait Saluran atau media apakah yang bapak lakukan dalam melakukan komunikasi interpersonal baik kepada sesama pengurus dengan bawahan menurut Ir. H. Syahrul Jalal, MBA ia menjelaskan Media yang saya gunakan tentu kontak langsung, karena di satu sisi kami satu kantor jadi mudah bagi kami melakukan komunikasi langsung. Kalaupun komunikan yang bersangkutan tidak ada ditempat, biasanya melalui alat komunikasi seperti handphone. Respon yang sama dengan Drs. Syu'aibun M.Hum ia menjelaskan Ada 2 saluran, bisa melalui kontak langsung dan tidak langsung seperti telepon dan sebagainya. Begitu juga menurut

T.M. Ridwan, SE menjelaskan komunikasi interpersonal baik kepada sesama pengurus dengan atasan sejauh ini komunikasi langsung dan via telepon saja.

Selanjutnya terkait apakah saluran yang BAZNAS gunakan dalam komunikasi interpersonal efektif atau tidak, dalam wawancaranya Ir. H. Syahrul Jalal, MBA menerangkan Sejauh ini efektif karena pesan pesan atau perintah yang disampaikan secara personal terlaksana sesuai pesan. Lalu menurut Drs. Syu'aibun M.Hum ia menjelaskan Efektif ya tentu, mengingat kami semua dapat memahami pembicaraan yang dilakukan komunikator kami. Menurut pendapat T.M. Ridwan, SE menjelaskan Sejauh ini efektif karena hampir tidak terjadi miskomunikasi.

Terkait Siapa sajakah komunikan bapak dalam komunikasi interpersonal ini Ir. H. Syahrul Jalal, MBA menerangkan Mulai dari sesama pengurus, unit pelaksana tugas hingga mahasiswa yang magang di sini. Hal yang sama menurut Drs. Syu'aibun M.Hum ia menjelaskan Tentu saja kami semua anggota organisasi ini pasti komunikan kami dalam melaksanakan komunikasi interpersonal. Kemudian menurut T.M. Ridwan, SE menuturkan Komunikan saya adalah untuk di organisasi ya seluruh anggota organisasi, di luar organisasi ya masyarakat yang memiliki kepentingan.

Kemudian terkait bagaimana respon atau sikap komunikan bapak terkait pesan yang bapak samapaikan, Ir. H. Syahrul Jalal, MBA menerangkan Responnya ya baik menurut saya, misalnya sesama pengurus ya kami biasa bertukar pikiran dan masukan dari saya diterima dengan baik oleh mereka. Kalau dengan bawahan juga sama, mereka mampu melaksanakan arahan dan perintah

saya dengan baik. Kemudian menurut Drs. Syu'aibun M.Hum ia menjelaskan Baik, Alhamdulillah komunikasi kita memahami pesan yang disosialisasikan, seperti aturan, tugas pokok dan fungsi yang telah disosialisasikan. Pendapat menurut T.M. Ridwan menurutnya Lancar saja sejauh ini responnya, apa yang diinformasikan langsung direspon dengan baik pesan tersebut.

Selanjutnya terkait apakah ada gangguan yang signifikan dalam komunikasi interpersonal, Ir. H. Syahrul Jalal, MBA menceritakan tidak ada gangguan, seperti yang ia katakan hampir setiap hari kami bertemu baik dengan sesama pengurus maupun pelaksana tugas, jadi kami mampu berkomunikasi dengan lancar. Walaupun ada seperti, orang yang kita tuju tidak di tempat, masih ada alternatif melalui telepon dan sejenisnya sehingga pesan yang ingin kita sampaikan dapat dikomunikasikan. Menurut pendapat narasumber lain Drs. Syu'aibun M.Hum menjelaskan Gangguan tidak ada, sejauh ini lancar-lancar saja karena kami setiap hari bertemu di kantor sehingga apa yang mau dibicarakan dan disampaikan mudah saja. Menurut T.M. Ridwan "Kalau berbicara gangguan ada tetapi tidak signifikan seperti ada pesan yang ditujukan kepada pengurus namun pengurus berada di luar kota. Namun masih bisa lakukan via telepon.

Sedangkan terkait aspek Konteks apa yang disampaikan dalam komunikasi interpersonal, Ir. H. Syahrul Jalal, MBA menjelaskan Konteks yang kami bicarakan biasanya mengenai pemohon zakat yang berhak menerima sesuai syariat yang benar-benar membutuhkan serta regulasi/tupoksi yang disosialisasikan. Lalu menurut pendapat Drs. Syu'aibun M.Hum "Ya tentu yang dibicarakan seputar aktivitas perzakatan, perkembangan program dan aktivitas yang dijalankan

misalnya sejauh mana program zakat disalurkan”. Pendapat lain T.M. Ridwan menceritakan Konteks yang dibicarakan hal-hal yang seputar permintaan zakat melalui proposal yang diberikan, sejauh mana survey terkait lokasi pemohon zakat.

Saat ditanyai pengaruh adakah pengaruh komunikasi organisasi yang baik dalam mengaruhi kepercayaan public. Drs. Syu'aibun M.Hum menerangkan “Saya pikir ada, jadi cukup intens yang kita lakukan komunikasi organisasi kemudian hasil komunikasi tersebut disampaikan kepada masyarakat misalnya melakukan audit terhadap keuangan kita, hasil audit itu minimal nercanya kita kirim kepada masyarakat yang berzakat sehingga mereka tidak bertanya-tanya zakat atau uang mereka dialokasikan kemana. Kemudian kita juga membuat penerbitan-penerbitan ada yang berkala, jadi ini juga turut berpengaruh di mana terbitan itu berisikan apa aktivitas dan kegiatan kita (BAZNAS), berapa keuangan itu kemudian kita kirim kepada masyarakat-masyarakat yang berzakat dan instansi-instansi yang ada. Tidak hanya itu hasil tersebut juga kita informasikan ke public melalui situs resmi BAZNAS. Kemudian juga di bulan Ramadhan satu bulan penuh kita terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat baik TV, seperti TVRI, I-NEWS dan radio swasta lainnya. Sehingga transparansi yang dilakukan BAZNAS itu ada. Hal itu tentu ada berkat antara hasil masukan yang terjadi dalam komunikasi organisasi BAZNAS baik interpersonal maupun public seperti rapat. Hal itu yang kemudian membuat public mengetahui hal tersebut sehingga mereka percaya dengan kami dan konsisten untuk berzakat di BAZNAS Provinsi Sumatera Utara”.

3. Format Interaksi Komunikasi Organisasi : Komunikasi Publik

Mengenai komunikasi public Ir. H. Syahrul Jalal, MBA menjelaskan komunikasi public itu tetap berjalan pada waktu waktu tertentu, misalnya untuk internal di organisasi itu, adanya berupa informasi-informasi yang berkaitan dengan BAZNAS seperti prosedur atau aturan-aturan terbaru dari pusat maupun dari daerah sehingga adanya pemahaman di antara sesama pengurus dan antar unit pelaksana tugas. Sedangkan untuk eksternal pihak baznas akan berjalan apabila hasil usulan zakat itu disepakati kemudian dilaksanakan penyerahan secara seremonial, kita kumpulkan orang ramai-ramai, kita berikan bantuan berdasarkan criteria itu baru kita publikasikan. Bantuan yang kita maksudnya misalnya, beasiswa S1, S2 atau S3. Sedangkan menurut Drs. Syu'aibun M.Hum Tentu ada, seperti pemeberian informasi penting misalnya ingin melaksanakan pemeberian zakat kepada mustahaq, sebelum kita memberikannya kita melakukan briefing. Menurut T.M. Ridwan Ada, seperti melaporkan perkembangan penyaluran zakat kepada Mustahaq. sebelum melaksanakan penyaluran kita tentu mengkonfirmasi usulan zakat dari orang yang mengusulkan kepada pimpinan untuk didiskusikan berhak atau tidak, sedangkan setelah penyaluran tentu laporan bahwa penyaluran zakat tersebut telah diberikan yang dibuktikan melalui tanda serah terima.

Lalu terkait siapa yang menjadi komunikator dalam komunikasi public ini, menurut Ir. H. Syahrul Jalal Tentu saja kami sebagai pengurus untuk disampaikan kepada pelaksana tugas. Kemudian menurut Drs. Syu'aibun M.Hum berpendapat Tentu saja dalam hal ini kami sebagai pengurus yang menjadi komunikator yang melakukan sosialisasi. Sedangkan menurut T.M. Ridwan menjelaskan Kalau

konteksnya pelaporan, komunikatornya kami sebagai pertanggungjawaban, namun kalau perintah komunikatornya tentu pengurus.

Dalam konteks pesan, pesan apa saja yang disampaikan dalam komunikasi public, dalam wawancaranya Ir. H. Syahrul Jalal menerangkan tentu kan kita memiliki standard of procedure (SOP), tentu kita berikan sosialisasi SOP tersebut kepada unit pelaksana tugas, sehingga unit pelaksana tugas tersebut telah mengetahui tugas pokok dan fungsinya masing-masing, misalnya telah diberikan konfirmasi kepada orang yang mengusulkan zakat, tentu ini tugasnya bagian keuangan datang untuk menyiapkan serta memberikan surat tanda terima. Menurut Drs. Syu'aibun M.Hum menjelaskan yang biasa disampaikan yaitu berupa koordinasi sebelum melaksanakan penyaluran zakat, audit internal atau evaluasi. Kita sudah melakukan evaluasi itu, kita punya media untuk melakukan itu evaluasi-evaluasi yang dimaksud, kita di audit oleh akuntan public jadi tidak hanya internal saja, di sini ada audit internal kemudian untuk pelaporan itu ada audit keuangan sedangkan untuk agama itu ada audit syariah, ada 3 audit dan sangat selektif, tidak ada yang kami sembunyikan sehingga transparansi itu ada diseluruh aspek dan dipublikasikan ke public hanya saja kita hanya mempublikasikan ke media yang sifatnya sukarela, karena kita tidak sanggup untuk mengkomunikasikan ke media yang sifatnya mengenakan tarif, karena kita belum mau untuk mengalokasikan dana zakat tersebut ke hal-hal yang seperti itu. Kemudian menurut T.M. Ridwan menjelaskan Sejauh ini laporan, atau informasi atau peraturan dari pusat.

Terkait melalui saluran apakah komunikasi public itu disampaikan melaksanakan penyaluran zakat. Ir. H. Syahrul Jalal menjelaskan Melalui rapat, surat dan sebagainya. Sedangkan menurut Drs. Syu'aibun M.Hum menceritakan Sejauh ini melalui briefing, surat dan sebagainya. Kemudian menurut T.M. Ridwan, SE, menuturkan Tentu saja melalui surat berdasarkan hasil penyaluran yang telah dilakukan namun sebelum itu, laporan disampaikan melalui rapat kepada pimpinan.

4.2.Pembahasan

Implementasi komunikasi Organisasi Badan Organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara dalam menyalurkan zakat di stimuli oleh adanya informasi ataupun konfirmasi yang datang dari orang yang meminta zakat kepada pihak Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara melalui pelaksana tugas atau receptionist. Kemudian informasi atau permohonan zakat tersebut dikonfirmasi kepada pimpinan atau pengurus di mana permohonan zakat tersebut akan didiskusikan atau dipertimbangkan dikeluarkannya atau tidak zakat tersebut berdasarkan syarat-syarat orang yang berhak menerima zakat. Kemudian, hasil rapat tersebut dikonfirmasi kepada pelaksana tugas untuk dikonfirmasi kembali kepada pemohon.

Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi organisasi Badan Amil Zakat dalam menyalurkan zakat membutuhkan adanya stimuli yaitu informasi di dan informasi tersebut memperlancar tujuan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara di mana informasi yang dimaksud adanya konfirmasi permohonan

zakat oleh pemohon. Hal ini senada dengan asumsi pertama dari teori informasi organisasi Karl Weick (Morissan 2013:400) yang mengatakan menyatakan bahwa “organisasi berada dalam suatu lingkaran informasi. Ini berarti bahwa organisasi bergantung pada informasi untuk dapat berfungsi secara efektif dan untuk dapat mencapai tujuannya. Sehingga dapat kita sederhanakan tanpa informasi yang datang tidak efektif dalam menjalankan tujuan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara yaitu menyalurkan zakat.

Implementasi Komunikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara juga berkaitan dengan asumsi dasar kedua dan ketiga yang menyatakan bahwa informasi yang diterima suatu organisasi berbeda-beda dalam hal tingkat ketidakpastiannya. Dengan kata lain, suatu informasi dapat memiliki lebih dari satu makna sehingga dapat menimbulkan multitafsir dan dalam upaya untuk mengurangi ambiguitas informasi maka asumsi Weick ketiga mengemukakan bahwa “organisasi terlibat dalam proses informasi untuk mengurangi ketidakpastian informasi”. Menurut Weick, kegiatan organisasi berfungsi mengurangi ketidakpastian informasi, dan proses untuk mengurangi ketidakpastian merupakan kegiatan bersama di antara para anggota organisasi (Morissan 2013:400). Asumsi ini terdapat pada implementasi komunikasi organisasi tersebut bahwa setiap informasi yang datang belum dapat ditentukan kepastiannya sehingga untuk memastikannya dalam konteks ini kebenaran pemohon zakat tersebut dilakukan melalui diskusi atau rapat yang dilakukan oleh pengurus atau pimpinan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara selaku pembuat keputusan.

Berkenaan dengan komunikasi ke bawah dan ke atas, dan horizontal pimpinan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara melakukan komunikasi tersebut cukup intens sesuai jenis komunikasi organisasi yang disampaikan bismala (2015:152) di mana Komunikasi ke bawah, komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya dan komunikasi ke atas, ketika bawahan memberikan umpan balik pada atasan, atau komunikasi yang terjadi ketika bawahan (*subordinate*) mengirim pesan kepada atasannya. Serta Komunikasi lateral, komunikasi horizontal sesama anggota dalam kelompok. Komunikasi ini digunakan untuk mempermudah terjadinya koordinasi di antar kelompok sehingga tidak terjadi tumpang tindih pelaksanaan tugas di antara anggota.

Secara praktikal komunikasi ke bawah yang sifat komunikasinya dilakukan pimpinan berupa pesan hasil keputusan terkait konfirmasi dari pemohon zakat dan perintah untuk mengonfirmasi kembali hasil keputusan rapat kepada pemohon. Sedangkan komunikasi ke bawah di mana seorang bawahan mengirmkan pesan berupa konfirmasi permohonan zakat, dan hasil survey terhadap pemohon zakat. Serta komunikasi literal di mana adanya diskusi anantara pengurus terkait informasi pengusul yang datang dan koordinasi terkait survey lapangan tentang kebenaran daa pemohon zakat.

Berdasarkan format komunikasi organisasi yang diteliti dalam penelitian komunikasi interpersonal yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara sangat sesuai dengan komunikasi interpersonal Budyatna (2011:14) yang menyatakan komunikasi antarpribadi merupakan proses melalui

mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Di mana secara praktikal komunikasi interpersonal anantara anggota organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara adanya interaksi antara pimpinan kepada bawahan terkait progress ataupun perkembangan penyaluran zakat kepada pelaksana tugas secara personal kemudian begitu juga sebaliknya bawahan member konfirmasi perkembangan penyaluran zakat dan konfirmasi permohonan zakat kepada pimpinan yang bersangkutan secara personal. Berdasarkan penelitian yang saya lakukan, saya menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan anggota organisasi BAZNAS sangat baik dan efektif karena dilakukan dengan intens dan rutin sehingga miskomunikasi tidak terjadi dalam organisasi. Hal itu dikarenakan respon yang ditunjukkan sangat positif di mana komunikan tersebut sangat memahami pesan yang disampaikan komunikator.

Sedangkan mengenai komunikasi publik, dalam konteks menyalurkan zakat pimpinan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara melakukan komunikasi publik baik kepada anggota organisasi dan juga pihak-pihak eksternal. Hal ini senada dengan komunikasi publik menurut Arni Muhammad (2014: 197) yang dimaksud dengan komunikasi public adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam organisasi atau yang diluar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. Dalam hal ini pesan yang disampaikan kepada public internal yaitu berupa sosialisasi tugas pokok dan fungsi kepada anggota organisasi dalam bentuk rapat. Hal ini sesuai dengan tipe komunikasi public yang bersifat memberikan informasi diantaranya adalah laporan kepada dewan

pengurus terkait hal-hal yang harus diinfokan kepada pengurus dan rapat-rapat umum berupa sosialisasi terkait informasi yang diberikan kepada pimpinan kepada unit pelaksana tugas. Sedangkan kepada pihak eksternal berupa rangkaian aktivitas atau pencapaian yang telah dihasilkan misalnya, hasil audit keuangan dan sebagainya. Selain itu komunikasi public yang dilakukan dengan menggunakan saluran seperti briefing, surat dan sebagainya cukup efektif dalam memberikan pemahaman kepada audiensnya seperti aturan serta arahan yang diberikan pimpinan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pemaparan dan hasil analisis data yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang berjudul “Implementasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara dalam Menyalurkan Zakat adalah” adalah sebagai berikut:

1. Implementasi komunikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara dalam Menyalurkan Zakat membutuhkan informasi sebagai stimuli
2. Implementasi komunikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara dalam Menyalurkan Zakat terdapat berupa informasi yang belum jelas kepastiannya sehingga membutuhkan diskusi.
3. Implementasi komunikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara dalam Menyalurkan Zakat dengan format komunikasi interpersonal berupa konfirmasi usulan zakat dari pemohon oleh unit pelaksana tugas serta interaksi berupa perkembangan

4. Penyaluran zakat dari pimpinan menuju unit pelaksana tugas yang dilakukan secara intens. Implementasi komunikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara dalam Menyalurkan Zakat dengan format komunikasi public berupa pemberian informasi atau atran kepada pelaksana tugas melalui rapat (internal) dan penyebaran informasi terkait aktivitas dan pencapaian Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara kepada public.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan di atas terkait Implementasi Komunikasi Organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara dalam Menyalurkan Zakat, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut

1. Implementasi komunikasi organisasi seharusnya diikuti dengan penacairan suasana sehingga intensitas komunikasi organisasi dapat dicapai.
2. Meskipun komuikasi organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara dalam Menyalurkan Zakat berjalan dengan lancar, namun komunikasi tidak harus berjalan karena adanya informaasi dari pengusul.

DAFTAR PUSTAKA

- AW, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bismala, Lila dkk. 2015. *Prilaku Organisasi*. Medan: Umsu Press.
- Budyatna, Muhammad dan Leila Mona Ganiem. 2011. *Teori komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Media Group.
- Hakim, Abdul. 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi*. Sukabumi: CV. Jejak
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Harapan, Edi dan Syarwani Ahmad. 2014. *Komunikasi Antarpribadi; Prilaku Insani dalam Organisasi Pendidikan*. Jakarta. Rajawali Pers
- Hubeis, Musa Dkk. 2012. *Komunikasi Profesional; Perangkat Pengembangan diri*. Kampus IPB Taman Kencana Bogor: PT. Penerbitan IPB PERS
- Wahab, Abdul, Solichin. 2014. *Analisis Kebijakan; Dari Formula ke Penusunan Model-model Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi; Individu Hingga Massa*. Kencana
- Muhammad, Arni. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Mukarom, Zainal dan Laksana, Muhidin Wijaya. 2015. *Media Relation; Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remajarosdakarya.
- Nasution, Arman. 2017. *Mengenal BAZNAS Provinsi Sumatera Utara*. Medan: Perdana Publishing.

Pohan, Selamat dan Simanjuntak, Ahmad. 2014. *Ibadah Secara Sunnah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi; Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

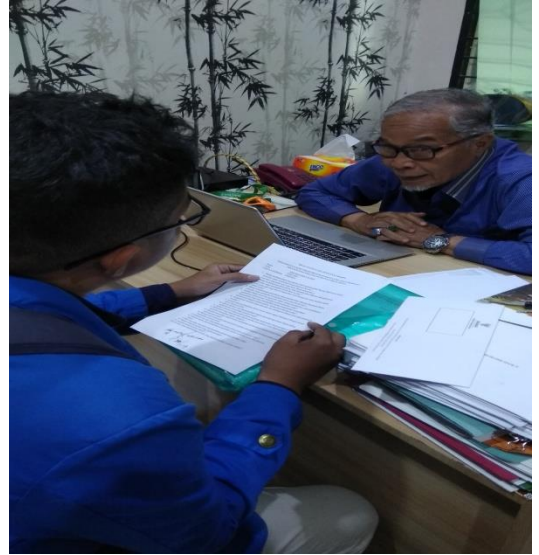
Siagian, Tanwir. 2014. *Aneka SMS Dakwah*. Medan.

Internet:

<https://2018/12/03/kbbi.kata.web.id/penyaluran/>

<https://2019/3/28/id.scribd.com./doc/138730642/Unsur-Komunikasi-Antar-Pribadi>

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**LIST WAWANCARA IMPELEMENTASI KOMUNIKASI
ORGANSISASI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL PROVINSI
SUMATERA UTARA DALAM MENYALURKAN ZAKAT**

Identitas Responden

a. Nama : Ir. H. Syahrul Jalal, MBA

Jabatan : Wakil Ketua III

1. Bagaimana proses komunikasi organisasi Baznas Provsu dalam menyalurkan zakat?

Proses komunikasi organisasi Baznas Provsu dalam menyalurkan zakat dimulai dari adanya permintaan dari yang mengusulkan zakat kepada pihak staf atau pelaksana tugas kemudian pihak pelaksana tugas tersebut mengkonfirmasi usulan tersebut kepada pihak pengurus . kemudian pihak pengurus melakukan rapat atau diskusi dengan sesama pengurus di mana pengurus menimbang apakah usulan zakat tersebut berhak atau tidaknya menerima zakat tersebut, melalui pertimbangan seperti memenuhi atau tidak syarat menerima zakat, atau dana yang diusulkan masuk akal atau tidak. Kemudian setelah diketahui keputusannya, pengurus mengkonfirmasi hasil tersebut kepada unit pelaksana tugas, kemudian unit pelaksana tugas.

2. apakah komunikasi komunikasi ke bawah dan ke atas atau sebaliknya intens dilakukan dalam konteks penyaluran zakat dan apa isi pesan tersebut?

jelas intens, karena bagaimana mungkin kami bisa menyalurkan zakat dengan baik dan menjalankan koordinasi jika komunikasi kami kepada unit pelaksana tugas tidak intens, harus intens agar pesan atau informasi yang berhubungan dengan permohonan zakat atau penyaluran zakat dapat diproses oleh kami sebagai pengurus. Pesan yang disampaikan berupa arahan sebelum menyalurkan zakat, perintah untuk melakukan survey kepada pemohon zakat.

3. Lalu bagaimana komunikasi secara horizontal atau komunikasi dengan sesama pengurus?

Komunikasi yang kami lakukan adalah diskusi terkait laporan yang masuk dari pemohon zakat, diberikan atau tidak melihat dari nilai-nilai syariat.

4. Lalu bagaimana intensitas komunikasi interpersonal di BAZNAS dalam konteks penyaluran zakat?

Sangat intens kami saling berkomunikasi setiap hari. Pembicaraanya seputar masukan, bimbingan kepada pelaksana tugas dalam menyalurkan zakat agar lebih baik dalam menyalurkan zakat sesuai syari, menanyakan perkembangan survey terhadap rumah calon pemohon zakat memang membutuhkan atau tidak. Perkembangan penyaluran zakat yang dilaksanakan pelaksana tugas. Kalau dengan sesama pengurus biasanya terkait perkembangan program yang sudah dijalankan seperti program Beasiswa dan lain-lain.

5. Saluran atau media apakah yang bapak lakukan dalam melakukan komunikasi interpersonal baik kepada sesama pengurus dengan bawahan?

Media yang saya gunakan tentu kontak langsung, karena di satu sisi kami satu kantor jadi mudah bagi kami melakukan komunikasi langsung. Kalaupun komunikasi yang bersangkutan tidak ada ditempat, biasanya melalui alat komunikasi seperti handphone.

6. Apakah saluran yang bapak gunakan efektif?

Sejauh ini efektif karena pesan-pesan atau perintah yang disampaikan secara personal terlaksana sesuai pesan.

7. Siapa saja yang berkomunikasi bapak dalam komunikasi interpersonal ini?

Mulai dari sesama pengurus, unit pelaksana tugas hingga mahasiswa yang magang di sini.

8. Lalu bagaimana respon atau sikap komunikasi bapak terkait pesan yang bapak sampaikan?

Responnya ya baik menurut saya, misalnya sesama pengurus ya kami biasa bertukar pikiran dan masukan dari saya diterima dengan baik oleh mereka. Kalau dengan bawahan juga sama, mereka mampu melaksanakan arahan dan perintah saya dengan baik.

9. Apakah ada gangguan yang signifikan dalam komunikasi interpersonal?

Saya pikir tidak, seperti yang saya katakan hampir setiap hari kami bertemu baik dengan sesama pengurus maupun pelaksana tugas, jadi kami mampu berkomunikasi dengan lancar. Kalaupun ada seperti, orang yang kita tuju tidak di tempat, masih ada alternatif melalui telepon dan sejenisnya sehingga pesan yang ingin kita sampaikan dapat dikomunikasikan.

10. Konteks apa yang bapak sampaikan dalam komunikasi interpersonal?

Konteks yang kami bicarakan biasanya mengenai pemohon zakat yang berhak menerima sesuai syariat yang benar-benar membutuhkan serta regulasi/tupoksi yang disosialisasikan.

11. Apakah bapak melakukan komunikasi public, dan bagaimana mekanismenya?

komunikasi publik itu tetap berjalan pada waktu waktu tertentu, misalnya untuk internal di organisasi itu, adanya berupa informasi-informasi yang berkaitan dengan BAZNAS seperti prosedur atau aturan-aturan terbaru dari pusat maupun dari daerah sehingga adanya pemahaman di antara sesama pengurus dan antar unit pelaksana tugas. Sedangkan untuk eksternal pihak baznas akan berjalan apabila hasil usulan zakat itu disepakati kemudian dilaksanakan penyerahan secara seremonia, kita kumpulkan orang ramai-ramai, kita berikan bantuan berdasarkan criteria itu baru kita publikasikan. Bantuan yang kita maksudnya misalnya, beasiswa S1, S2 atau S3

12. Lalu siapa yang menjadi komunikator dalam komunikasi public ini?

Tentu saja kami sebagai pengurus untuk disampaikan kepada pelaksana tugas

13. Pesan apa yang bapak sampaikan dalam komunikasi public?

tentu kan kita memiliki standard of procedure (SOP), tentu kita berikan sosialisasi SOP tersebut kepada unit pelaksana tugas, sehingga unit pelaksana tugas tersebut telah mengetahui tugas pokok dan fungsinya

masin-masing, misalnya telah diberikan konfirmasi kepada orang yang mengusulkan zakat, tentu ini tugasnya bagian keuangan datang untuk menyiapkan serta memberikan surat tanda terima.

14. Melalui saluran apa menyampaikannya?

Melalui rapat, surat dan sebagainya.

15. bagaimana pentingnya komunikasi organisasi dalam konteks menyalurkan zakat ?

sangat perlu, jika tidak tentu terjadi miskomunikasi antara pimpinan di mana tidak adanya kesepahaman, harus ada komunikasi tetap berjalan baik antar pimpinan dengan unit pelaksana tugas

b. Nama : Drs. Syu'aibun, M.Hum

Jabatan : Wakil Ketua IV

16. Bagaimana proses komunikasi organisasi Baznas Provsu dalam menyalurkan zakat ?

Ya prosesnya dimulai adanya konfirmasi pemohon zakat kepada pelaksana tugas yang selanjutnya disampaikan kepada kami kemudian kami diskusikan dengan pengurus yang lain, hasilnya kami sampaikan kepada pelaksana tugas

17. apakah komunikasi komunikasi ke bawah dan ke atas atau sebaliknya intens dilakukan ?

tentu sudah jelas, dalam satu kantor tentu komunikasi diharapkan berjalan intens guna mempermudah kita dalam mengetahui informasi sejauh mana zakat tersebut dilaksanakan

18. pesan apa yang disampaikan ?

pesan yang di sampaikan dari pimpinan ke bawahan itu biasanya berupa perintah, hasil rapat dengan pengurus, jika dari bawahan ke atasan itu biasanya laporan adanya orang mengusul untuk diberikan zakat atau bantuan.

19. Bagaimana komunikasi Organisasi antar sesama Pengurus?

Jika sesama pengurus komunikasi yang dilakukan ialah pembicaraan atau diskusi tentang laporan dari pengusul zakat , apakah layak atau tidak untuk diberikan zakat atau bantuan sesuai syariat.

20. Lalu bagaimana intensitas komunikasi interpersonal di BAZNAS dalam konteks penyaluran zakat?

Tentu sangat intens, kan satu kantor, jadi sangat intens komunikasi kami baik sesama pengurus maupun dengan pelaksana tugas seperti konfirmasi usulan zakat, pemebrian saran atau masukan baik sesama pengurus maupu lintas jabatan, laporan dan sebagainya.

21. Lalu dengan saluran apa bapak melakukan komunikasi interpersonal dan bagaimana respon lawan bicara bapak atau sebaliknya?

Ya sangat baik, karena di antara kami baik pengurus dan pelaksana tugas saling memahami yang pesan dimaksud yang masing-masing kami sampaikan, hal itu dapat kita lihat tidak ada miskomunikasi sehingga kami mampu melaksanakan penyaluran zakat dengan baik sesuai yang diharapkan.

22. Melalui saluran apa bapak melakukan komunikasi tersebut?

Ada 2 saluran, bisa melalui kontak langsung dan tidak langsung seperti telepon dan sebagainya.

23. Apakah saluran yang bapak gunakan efektif?

Efektif ya tentu, mengingat kami semua dapat memahami pembicaraan yang dilakukan komunikator kami

24. Siapa sajakah komunikan bapak dalam komunikasi interpersonal ini?

Tentu saja kami semua anggota organisasi ini pasti komunikan kami dalam melaksanakan komunikasi interpersonal.

25. Lalu bagaimana respon atau sikap komunikan bapak terkait pesan yang bapak sampaikan?

Baik, Alhamdulillah komunikan kita memahami pesan yang disosialisasikan, seperti aturan, tugas pokok dan fungsi yang telah disosialisasikan.

26. Apakah ada gangguan yang signifikan dalam komunikasi interpersonal?

Gangguan tidak ada, sejauh ini lancar-lancar saja karena kami setiap hari bertemu di kantor sehingga apa yang mau dibicarakan dan disampaikan mudah saja.

27. Konteks apa yang bapak sampaikan dalam komunikasi interpersonal?

Ya tentu yang dibicarakan seputar aktivitas perzakatan, perkembangan program dan aktivitas yang dijalankan misalnya sejauh mana program zakat disalurkan.

28. Apakah bapak di BAZNAS melakukan komunikasi public, dan bagaimana mekanismenya?

Tentu ada, seperti pemberian informasi penting misalnya ingin melaksanakan pemberian zakat kepada mustahiq, sebelum kita memberikannya kita melakukan briefing

29. Lalu siapa yang menjadi komunikator dalam komunikasi public ini?

Tentu saja dalam hal ini kami sebagai pengurus yang menjadi komunikator yang melakukan sosialisasi.

30. Pesan apa yang bapak sampaikan dalam komunikasi public?

Yang biasa disampaikan yaitu berupa koordinasi sebelum melaksanakan penyaluran zakat, audit internal atau evaluasi. Kita sudah melakukan evaluasi itu, kita punya media untuk melakukan itu evaluasi-evaluasi yang dimaksud, kita di audit oleh akuntan public jadi tidak hanya internal saja, di sini ada audit internal kemudian untuk pelaporan itu ada audit keuangan sedangkan untuk agama itu ada audit syariah, ada 3 audit dan sangat selektif, tidak ada yang kami sembunyikan sehingga transparansi itu ada diseluruh aspek dan dipublikasikan ke public hanya saja kita hanya mempublikasikan ke media yang sifatnya sukarela, karena kita tidak sanggup untuk mengkomunikasikan ke media yang sifatnya mengenakan

tarif, karena kita belum mau untuk mengalokasikan dana zakat tersebut ke hal-hal yang seperti itu

31. Saluran apakah yang bapak gunakan dalam menyampaikan komunikasi public?

Sejauh ini melalui briefing, surat dan sebagainya.

32. Apakah ada pengaruh baiknya komunikasi organisasi BAZNAS dengan tingkat kepercayaan public terhadap BAZNAS itu sendiri?

Saya fikir ada, jadi cukup intens yang kita lakukan komunikasi organisasi kemudian hasil komunikasi tersebut disamapaikan kepada masyarakat misalnya melakukan audit terhadap keuangan kita, hasil audit itu minimal nercanya kita kirim kepada masyarakat yang berzakat sehingga mereka tidak bertanya-tanya zakat atau uang mereka dialokasikan kemana. Kemudian kita juga membuat penerbitan-penerbitan ada yang berkala, jadi ini juga turut berpengaruh di mana terbitan itu berisikan apa aktivitas dan kegiatan kita (BAZNAS), berapa keuangan itu kemudian kita kirim kepada masyarakat-masyarakat yang berzakat dan instansi-instansi yang ada. Tidak hanya itu hasil tersebut juga kita informasikan ke public melalui situs resmi BAZNAS. Kemudian juga di bulan Ramadhan satu bulan penuh kita terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat baik TV, seperti TVRI, I-NEWS dan radio swasta lainnya. Sehingga transparansi yang dilakukan BAZNAS itu ada. Hal itu tentu ada berkat antara hasil masukan yang terjadi dalam komunikasi organisasi BAZNAS baik interpersonal maupun public seperti rapat. Hal itu yang kemudian membuat public

mengetahui hal tersebut sehingga mereka percaya dengan kami dan konsisten untuk berzakat di BAZNAS Provinsi Sumatera Utara.

c. Nama : T.M. Ridwan, SE

Jabatan : Kepala Bagian Pendistribusian dan

1. Bagaimana proses komunikasi organisasi Baznas Provsu dalam menyalurkan zakat?

tentu dimulai adanya informasi pemohon zakat kemudian informasi tersebut kami sampaikan kepada pengurus untuk didiskusikan, terkadang kami selaku unit pelaksana tugas kami ditugaskan untuk melakukan survei kepada pemohon proposal tersebut benarkah dia layak atau tidak menerima zakat lalu kemudian melaporkannya fakta di lapangan kepada pengurus untuk didiskusikan. Kemudian ketika hasil tersebut sudah disepakati lalu dikonfirmasi kepada kami (unit pelaksana tugas) lalu kami sampaikan hasilnya kepada pemohon tersebut.

2. Apakah komunikasi organisasi pimpinan terhadap bawahan begitu juga sebaliknya secara interpersonal berjalan dengan baik?

Komunikasi pimpinan ke bawah begitu juga sebaliknya yang dimaksud berjalan dengan baik ya, karena setiap ada pesan atau ada surat yang ditujukan kepada pimpinan terkait zakat itukan tentu kami pelaksana tugas secara personal memberikan usulan tersebut kepada pimpinan atau pengurus yang bersangkutan, kemudian begitu juga dengan pimpinan

menanyakan langsung secara personal kepada pelaksana tugas terkait progress pembayaran dan penyaluran zakat yang telah disalurkan

3. Pesan apa saja yang disampaikan dalam komunikasi ke atas ?

Sesuai tugas kami, kami memberikan konfirmasi terkait laporan atau proposal yang masuk.

4. Bagaimana Komunikasi Organisasi antar sesama pelaksana tugas?

Komunikasi Organisasi antar sesama pelaksana tugas, bagaimana berkoordinasi dengan sesama pelaksana tugas terkait perintah atau aturan yang disampaikan pimpinan. Dan juga saling berkoordinasi jika diminta pimpinan untuk melakukan riset ke lokasi yang ingin diberikan zakat untuk diteliti bahwa layak tidakkah pengusul ini diberikan zakat.

5. Apakah dalam melakukan komunikasi interpersonal baik dengan sesama pelaksana tugas atau dengan pimpinan intens?

Komunikasi interpersonal yang dimaksud berjalan dengan baik ya, karena setiap ada pesan atau ada surat yang ditujukan kepada pimpinan terkait zakat itu tentu kami pelaksana tugas secara personal memberikan usulan tersebut kepada pimpinan atau pengurus yang bersangkutan, kemudian begitu juga dengan pimpinan menanyakan langsung secara personal kepada pelaksana tugas terkait progress pembayaran dan penyaluran zakat yang telah disalurkan.

6. Dalam konteks komunikasi interpersonal, sebagai sumber pesan apa yang bapak biasa sampaikan kepada komunikannya?

Kami sebagai pelaksana tugas, pesan yang disampaikan ialah kami memberi konfirmasi kepada pengurus terkait proposal yang ditujukan kepada pengurus bersangkutan secara personal untuk didiskusikan kepada sesama pimpinan.

7. Saluran atau media apakah yang bapak lakukan dalam melakukan komunikasi interpersonal baik kepada sesama pengurus dengan atasan?

Sejauh ini komunikasi langsung dan via telepon saja.

8. Apakah saluran yang bapak gunakan efektif?

Efektif, karena sejauh ini pesan yang diperintah atau diinstruksikan dapat dipahami dan tidak ada miskomunikasi sejauh ini.

9. Apakah saluran yang bapak gunakan efektif?

Sejauh ini efektif karena hampir tidak terjadi miskomunikasi

10. Siapa sajakah komunikan bapak dalam komunikasi interpersonal ini?

Komunikan saya adalah untuk di organisasi ya seluruh anggota organisasi, di luar organisasi ya masyarakat yang memiliki kepentingan.

11. Lalu bagaimana respon atau sikap komunikan bapak terkait pesan yang bapak sampaikan?

Lancar saja sejauh ini responnya, apa yang diinformasikan langsung direspon dengan baik pesan tersebut.

12. Apakah ada gangguan yang signifikan dalam komunikasi interpersonal?

Kalau berbicara gangguan ada tetapi tidak signifikan seperti ada pesan yang ditujukan kepada pengurus namun pengurus berada di luar kota. Namun masih bisa lakukan via telepon.

13. Konteks apa yang bapak sampaikan dalam komunikasi interpersonal?

Konteks yang dibicarakan hal-hal yang seputar permintaan zakat melalui proposal yang diberikan, sejauh mana survey terkait lokasi pemohon zakat.

14. Apakah bapak di BAZNAS melakukan komunikasi public, dan bagaimana mekanismenya?

Ada, seperti melaporkan perkembangan penyaluran zakat kepada Mustahaq. sebelum melaksanakan penyaluran kita tentu mengkonfirmasi usulan zakat dari orang yang mengusulkan kepada pimpinan untuk didiskusikan berhak atau tidak, sedangkan setelah penyaluran tentu laporan bahwa penyaluran zakat tersebut telah diberikan yang dibuktikan melalui tanda serah terima.

15. Lalu siapa yang menjadi komunikator dalam komunikasi public ini?

Kalau konteksnya pelaporan, komunikatornya kami sebagai pertanggungjawaban, namun kalau perintah komunikatornya tentu pengurus.

16. Pesan apa yang bapak sampaikan dalam komunikasi public?

Sejauh ini laporan, atau informasi atau peraturan dari pusat.

17. Melalui saluran apakah komunikasi public itu disampaikan melaksanakan zakat?

Tentu saja melalui surat berdasarkan hasil penyaluran yang telah dilakukan namun sebelum itu, laporan disampaikan melalui rapat kepada pimpinan.



Organisasi yang Bertanggung Jawab
Membina generasi ini agar disalurkan
ke jalan yang benar

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Nurhasanah Nasution, S.Sos. M.Kom. Medan, 30 Oktober 2018.
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 : ABDURRAHMAN ZUHDI
NPM : 1503110267
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3,87.

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Implementasi Komunikasi Organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara dalam Penyaluran Zakat.	✓ 30/10-2018
2	Pemanfaatan Corporate Social Responsibility Melalui Rumah Zakat dalam Mengembangkan Perputakaan Terapung Kampung Nelayan	
3	Interaksi Sosial Secara Asesriah dalam Menciptakan Persatuan (Analisis wacana pada Buku "In the Name of Honor")	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

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

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

Medan, tgl.20....

Ketua,

Pemohon,

(ABDURRAHMAN ZUHDI)

PB: LUTEL BASRI



Unggul, Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 957 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **30 Oktober 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **ABDURRAHMAN ZUHDI**
NPM : 1503110267
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018 / 2019
Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM PENYALURAN ZAKAT.**
Pembimbing : Lutfi Basit., S.Sos., M.I.Kom.

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

- 1 Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
- 2 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: 30 Oktober 2019.

Ditetapkan di Medan,

Pada tanggal : 23 Safar 1440 H
01 November 2018 M

A.n.Dekan,
Wakil Dekan I



DR. GULFAHMI, M.I.Kom.



Cerdas & Terpercaya
Membawa surat ini agar disebutkan
pdt dan langganinya

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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Sk-3

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 19 Desember 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : ABDURRAHMAN ZUHDI
N P M : 1503110267
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 957./SK/II.3/UMSU-03/F/20..... tanggal 19 Desember 2018 dengan judul sebagai berikut :

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN AMIL ZAKAT
NASIONAL PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MENYALURKAN
ZAKAT.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menyetujui :
Pembimbing
(Lutfi Basif)

Pemohon,
(ABDURRAHMAN ZUHDI)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

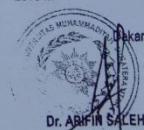
UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 011/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 08 Januari 2019
Waktu : 14.00 s.d. Selesai
Tempat : Ruang 207-C FISIP UMSU
Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENYAJI	PENYAJI	JUDUL SKRIPSI
6	ILMA WATY	1503110204	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom. ✓	MANAGEMENT KRISIS DIREKTORAT JENDERAL PAJAK SUMATERA UTARA I DI KPP PRATAMA LUBUK PAKAM
7	ADINDA GITA LESTARI	1503110232	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum ✓	KOMUNIKASI KEPALA DESA DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PEMANFAATAN ALOKASI DANA DESA KABUPATEN SIMALUNGUN
8	ABDURRAHMAN ZUHDI	1503110267	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom. ✓	IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM PENYALURAN ZAKAT
9	MUHAMMAD RIDWAN MANURUNG	1503110284	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom., H. ✓	STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL PIZZA TURKI MEDAN MELALUI VIDEO INSTAGRAM (Studi pada <i>Pide Anne</i>)
10	MEISY TRIANA DEWI	1503110100	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP. ✓	IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. PERTAMINA MARKETING OPERATION REGIONAL 1 DALAM UPAYA MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

Medan, 28 Rabiul Akhir 1440 H
05 Januari 2019 M


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



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : ABDURRATIMAN ZUHDI
 NPM : 1503110267
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
 Judul Skripsi : IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL Dalam MENKALURKAN Zakat.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	-	Pengajuan Judul/Acc	[Signature]
2.	-	Pengajuan proposal	[Signature]
3.	-	Revisi proposal	[Signature]
4.	-	Revisi proposal	[Signature]
5.	-	Acc proposal	[Signature]
6.	-	Bimbingan Menyi Riset	[Signature]
7.	-	Bimbingan Skripsi	[Signature]
8.	-	Bimbingan Skripsi	[Signature]
9.	-	Acc Skripsi	[Signature]

Medan,20.17..

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :

[Signature]

[Signature]

[Signature]

(A. Rifan Bedeh Siraga, S.Sr.Mikom)

(Nurhasanah Nasution, S.Sr.Mikom)

(Lutfi Barli, S)

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

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 394/UND/II.3-AU/UMSU-03/IF/2019

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jumat, 15 Maret 2019
 Waktu : 07.45 Wib s.d. selesai
 Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
1	RAHMAD EPENDI	1503110273	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	KOMUNIKASI TUTOR DALAM MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERBAHASA INGGRES DI KURSUS D COURSE MEDAN
2	SRI RAHAYU PUTRI	1503110215	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	JUNAIDI, s.PdI, M.SI	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	KOMUNIKASI BISNIS KULINER "WARUNG WAJIK BERASTAGH" UNTUK MENARIK MINAT WISATAWAN GENERASI MILLENNIAL
3	PADILAH AINI	1503110286	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	JUNAIDI, s.PdI, M.SI	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.	IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MEWUJUDKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
4	AZKA GHILMAN	1503110016	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	PERSEPSI PEMILIH TERHADAP IKLAN POLITIK CALON ANGGOTA LEGISLATIF ACEH UTARA
5	ABDURRAHMAN ZUHDI	1503110287	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	LUTFIBASIT, S.Sos, M.I.Kom	IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM PENYALURAN ZAKAT

Notulis Sidang :

1.

Medan, 06 Rajab 1440 H
13 Maret 2019 M

Notulis Sidang oleh :



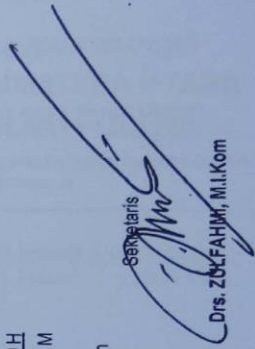
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.Hum

Kella,



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.

Panitia Ujian



Drs. ZULFAHRI, M.I.Kom



Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Nomor : 061/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2019
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 15 Jumadil Awal 1440 H
21 Januari 2019 M

Kepada Yth : **Pimpinan Badan Amil Zakat Nasional**
Provinsi Sumatera Utara
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **ABDURRAHMAN ZUHDI**
N P M : 1503110267
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM PENYALURAN ZAKAT**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan



Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.

Surat – Keterangan

Nomor: 206 /SB/C/2019

Sehubungan dengan surat Saudara Nomor: 061/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2019, tanggal 15 Jumadil Awal 1440 H/21 Januari 2019 M, perihal *Mohon diberikan Izin Penelitian Mahasiswa*, dapat kami maklumi dan selanjutnya **BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) PROVINSI SUMATERA UTARA** dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini :

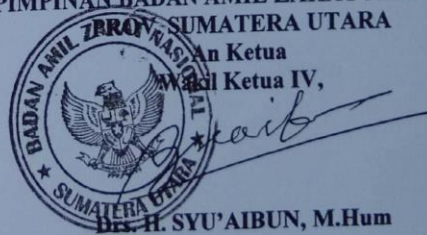
- Nama : **Abdurrahman Zuhdi**
- NPM : **153110267**
- Semester : **VII (tujuh)**
- Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
- Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
- Universitas : **Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Dengan ini memberikan *izin riset* terkait penyelesaian skripsi dengan judul *“Implementasi Komunikasi Organisasi Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Sumatera Utara Dalam Penyaluran Zakat”*.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dimaklumi.

Medan, 12 Februari 2019

PIMPINAN BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
SUMATERA UTARA



Tembusan :

- Ketua BAZNAS Provinsi Sumatera Utara di Medan.

Alamat Kantor :
Gedung BAZNAS Sumatera Utara, Jl. Rumah Sakit Haji – Medan Estate 20371 – Deli Serdang Sumatera Utara
Telp. : 061.6617626 Fax.: 061.6617580
Email: baznasprov.sumut@baznas.go.id Web: sumut.baznas.go.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Abdurrahman Zuhdi

Tempat/tanggal Lahir : Medan, 04 Februari 1997

Agama : Islam

Alamat : Jl. Ciliwung NO. 31 Belawan II

Anak ke : 1 dari 1 orang

Nama Ayah : Harmaidin, S.Pdi (Alm)

Pekerjaan : -

Nama Ibu : Junita kurnia

Pekerjaan : Guru (Honorar)

Alamat : Jl. Ciliwung NO. 31 Belawan II

Pendidikan mahasiswa :

1. Tahun 2003-2009 : SDN 064003 Belawan
2. Tahun 2009-2012 : SMPN 39 Medan
3. Tahun 2012-2015 : SMAN 16 Medan
4. Tahun 2015-sekarang : Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya tulis dengan sebenar-benarnya dengan rasa tanggung jawab

Penulis