

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama dakwah, dimana agama yang mengajarkan umatnya untuk menyiarkan Islam kepada seluruh umat manusia. Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, bilamana ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan dijadikan pedoman hidup dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh oleh umat manusia.

Dakwah adalah seruan atau ajakan keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dan tingkah laku dan dipandang hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apabila pada sekarang ini, harus lebih efektif menuju kepada pelaksanaan ajaran islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan.<sup>1</sup>

Islam sebagai agama dakwah mewajibkan setiap pemeluknya untuk berdakwah sesuai dengan kemampuan yang ia miliki. setiap anak adam yang beragama Islam tanpa terkecuali, adalah juru dakwah yang mengemban tugas untuk menjadi tauladan moral ditengah masyarakat yang kompleks dengan persoalan-persoalan kehidupan. Tugas dakwah yang demikian berat dan luhur itu mencakup pada dua aspek yaitu *amar makruf* dan *nahi munkar* (mengajak pada kebaikan dan mencegah dari kemunkaran).

Dalam situasi masyarakat masa kini yang mengikuti alur perkembangan dalam era globalisasi, dakwah perlu digerakkan sebagai pembimbing manusia ke jalan yang benar.<sup>2</sup> Oleh karena itu, setiap individu Muslim perlu bersatu padu untuk sama-sama melaksanakan usaha dakwah,

---

<sup>1</sup> Burhan Bungin, *Erotika Media Massa*, Muhammadiyah University Press, Surakarta, 2001, hlm. 97

<sup>2</sup> A. Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer*, (Semarang (ID): Walisongo, 2005), hlm. 76.

menyampaikan ajaran Islam serta memberikan kesadaran mengenai ketinggian Islam untuk mewujudkan masyarakat muslim yang terbaik.

Ajaran-ajaran Islam yang dianut oleh manusia di berbagai belahan dunia merupakan bukti paling kongkrit dari aktivitas dakwah yang dilakukan selama ini. Saat ini dakwah mengalami kemajuan dalam berbagai hal di antaranya dari teknik atau metode dakwahnya serta media dakwah yang sangat variatif dan menarik perhatian masyarakat. Namun dalam proses berdakwah hendaknya pesan-pesan agama disampaikan dengan cara yang baik seperti yang terangkum dalam surat An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمْ  
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ  
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk*.<sup>3</sup>

Diera globalisasi ini berdakwah bukan hanya bisa dilakukan di atas mimbar-mimbar pengajian saja namun juga bisa dilakukan dengan berbagai cara, terkadang dakwah tidak harus dengan ceramah ataupun berorasi tentang mana yang salah dan mana yang benar. Dalam Berdakwah tentunya ada yang namanya hubungan satu orang dengan orang lain maupun dengan kelompok oleh karena diperlukan yang namanya strategi komunikasi.

Strategi komunikasi sendiri merupakan salah satu aspek penting dalam keberhasilan sebuah target yang diharapkan

<sup>3</sup> Kementrian urusan Agama Islam, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (medina Al- Munawwarah: komplek percetakan Al-Qur'anul Karim, 1998), hlm,421.

oleh orang-orang yang saling berinteraksi. Strategi merupakan sesuatu yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan.<sup>4</sup> Sedangkan komunikasi yaitu membangun kebersamaan dan berinteraksi antara dua orang atau lebih.<sup>5</sup> Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan seseorang atau kelompok.

Strategi komunikasi digunakan untuk mencapai sebuah tujuan yang berkaitan dengan interaksi. Interaksi yang dilakukan dua orang atau lebih tersebut haruslah konsisten agar efektif. Sikap konsisten berguna untuk perkembangan tujuan yang diharapkan. Strategi komunikasi dilakukan dengan pertimbangan risiko yang sekiranya akan muncul saat menjalankan strategi tersebut. Penyusunan strategi komunikasi harus terpusat pada kekuatan sebuah komunitas atau organisasi agar menekan angka kegagalan ketika melaksanakan strategi tersebut. Sebuah komunitas membutuhkan strategi yang dirancang sesuai dengan visi dan misi komunitas tersebut. Strategi komunikasi menjadi kerangka fundamental dan menjadi suatu kebutuhan vital sebuah komunitas dalam mencapai tujuan.

Tindakan dakwah sendiri bisa berupa hal-hal yang sederhana seperti sedekah. Sedekah adalah suatu bentuk pemberian baik berupa barang ataupun jasa kepada orang lain tanpa mengharap imbalan apapun kecuali ridha dari Allah SWT. Menurut syari'at itu sendiri sedekah sama artiannya dengan infaq, juga termasuk hukum dan ketentuan-ketentuannya.<sup>6</sup> Sedekah ini diberikan kepada mereka-mereka yang mengalami kesulitan. Guna sedekah adalah untuk menggunakan rezki yang kita miliki untuk kegiatan yang baik.

Orang yang melakukan sedekah mampu mencerminkan sikap dermawannya yang merupakan wujud dari kecintaanya terhadap nikmat yang telah diberikan oleh tuhanNya Allah

---

<sup>4</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013) hlm. 84.

<sup>5</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, hlm. 33.

<sup>6</sup> Yusuf Mansur, *Rich* (Depok: Sekolah Bisnis Wisatahati Nusantara, 2013), hlm, 17.

SWT. Dari nikmat tersebut ia mampu dan rela menyisihkan sebagiannya kepada orang lain yang membutuhkan ataupun dalam rangka membantu kepentingan agama dan ini merupakan salah satu dari bentuk perjuangan dakwah Islam. Selain itu berdakwah bisa dilakukan dengan berbagai macam strategi komunikasi karna berdakwah adalah saling berhubungan oleh karna itu penting untuk menerapkan strategi komunikasi.

Di Indonesia sendiri banyak komunitas yang menggunakan sedekah sebagai sarana strategi komunikasi dakwahnya, sebut saja komunitas sedekah Nasi Ngider di Jakarta yang bertujuan mengajak masyarakat untuk membangun kesadaran dalam bersedekah. Awalnya, Sedekah Ngider sebagian besar adalah alumni Remaja Masjid Attin TMII. Mereka sejak lama mengenal satu sama lain dan membawa pemikiran yang sama, terkait kesibukan satu dengan yang lain maka terbentuklah kerinduan akan berbuat kebaikan demi tetap bisa beramal dan menyambung silaturahmi.<sup>7</sup>

Selain itu di Yogyakarta juga terdapat komunitas Laskar Sedekah Yogyakarta, Contoh konkret dari strategi komunikasi yang digunakan Laskar Sedekah adalah memasang logo besar di Omah Laskar Sedekah, mengadakan acara rutin yang dilakukan setiap bulan di Omah Laskar Sedekah, *posting* foto beserta keterangan di media sosial, dan melakukan komunikasi dari satu orang ke orang lain. Tepatnya 30 Maret 2012 terbentuk komunitas Laskar Sedekah Yogyakarta. Komunitas ini berpusat di Omah Laskar Sedekah, tepatnya di Jl. Godean Km 9, Ngentak, Margoluwih, Seyegan, Sleman, Yogyakarta. Komunitas Laskar Sedekah Yogyakarta pun sudah memiliki 16 cabang di kota lain untuk lebih mudah menyalurkan sedekah yaitu: di Klaten, Jakarta, Bekasi, Samarinda, Tangerang, Surakarta, Surabaya,

---

<sup>7</sup>Putra Ahbar Alkautsar, "*Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Ngider dalam Membangun Kesadaran Bersedekah di Jakarta*" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), hlm 3.

Medan, Bandung, Makassar, Banjarmasin, Semarang, Bogor, Probolinggo, Padang, dan Malang.<sup>8</sup>

Selain itu di Kudus juga terdapat beberapa kegiatan Sedekah nasi diantara adalah sedekah nasi mbah Sunan Kudus atau biasa disebut dengan Nasi Jangkrik, acara ini biasanya diselenggarakan pada saat pergantian Kain mori yang menutupi makan Sunan Kudus di selenggarakan dibulan Muharram (Syuro), pada saat itu warga disekitar kompleks pemakaman Sunan Kudus beserta Yayasan Masjid Menara dan Makam Sunan Kudus membuat acara Buka Luwur dan dengan disertai pembagian Nasi Jangkrik. Tujuannya adalah sebagai bentuk sedekah dan sekaligus rasa syukur terhadap Allah atas rezeki yang telah dilimpahkan. Di Kudus juga terdapat komunitas atau organisasi Berbagi Nasi Kudus adalah suatu gerakan sosial yang bertujuan untuk menumbuhkan semangat berbagi dengan membagikan nasi bungkus kepada saudara-saudara kita yang membutuhkan. Kegiatan ini pertama kali dilaksanakan di kota Bandung yang kemudian diikuti oleh lebih dari 84 daerah di Indonesia. Awalnya kegiatan berbagi ini dimulai oleh beberapa orang yang konsisten dalam 3x seminggu membagikan nasi bungkus untuk saudara kita yang masih tidur beralas bumi dan beratapkan langit, kepada para pekerja yang masih bekerja pada malam hari, dan sebagai latihan untuk para anggotanya mengasah naluri berbagi sedekah. Gerakan dari organisasi ini adalah membagikan nasi setiap minggunya kepada orang yang membutuhkan. Sebungkus nasi itu hanyalah alat perantara (disebut Pejuang Nasi istilah yang digunakan untuk para anggota yang ikut berpartisipasi baik secara *financial*, berdonasi nasi bungkus, maupun yang ikut serta membantu membagikan nasi bungkus) sebagai tempat untuk mencurahkan rasa syukur dan belajar mengasah kepekaan terhadap sesama Bukan masalah berapa banyak bungkus nasi yang diberikan melainkan sebagai melatih kita untuk peka terhadap penderitaan orang lain, atau mereka lebih sering menyebutnya dengan olah rasa.

---

<sup>8</sup>Anindia Eka Puspitasari, *Strategi Komunikasi Penggalangan Dana Sosial Komunitas Laskar Sedekah melalui Omah Laskar Sedekah Yogyakarta*” (SKripsi, UIN Sunan Kalijaga), hlm. 3.

Organisasi “ Berbagi Nasi Kudus” tidak hanya melakukan kegiatan bersedekah nasi bungkus, mereka juga punya kegiatan-kegiatan lain yang juga berkenaan langsung dengan sosial masyarakat antara lain : Berbagi sarapan di hari minggu, jadi sambil berolahraga juga sekaligus mengolah rasa kepedulian kita terhadap orang yang membutuhkan, ada juga progam berbagi matras, kegiatan ini dilakukan berawal dari rasa kepedulian terhadap gelandangan yang tinggal di sekitar jalanan kudus mereka sangat merasa perduli dan setidaknya ingin sedikit memberikan bantuan agar bisa tidur dengan lebih baik di malam hari, selain itu juga terdapat berbagai macam kegiatan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan rasa perduli terhadap sesama manusia.<sup>9</sup> Alasan dipilihnya organisasi Berbagi Nasi Kudus dijadikan bahan penelitian kali ini adalah organisasi ini tidak hanya sekedar membagikan nasi saja, melainkan memiliki berbagai macam kegiatan yang sangat bermanfaat bagi masyarakat terutama para kaum yang hidup dijalan di sekitar kota Kudus.

Dengan latar belakang tersebut penulis ingin mengangkat berjudul STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM SEDEKAH (Studi Kasus pada Organisasi “Berbagi Nasi Kudus”).

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan diatas dan agar pembahasan skripsi ini lebih terarah, maka penulis memfokuskan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yakni segala upaya strategi komunikasi yang digunakan oleh komunitas Berbagi Nasi Kudus ini dalam mensosialisasikan gerakan nya kepada masyarakat sekitar Kudus.

## **C. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti dan di paparkan dalam skripsi ini adalah :

1. Bagaimana Strategi Komunikasi komunitas Berbagi Nasi Kudus dalam menarik empati Masyarakat untuk bersedekah?

---

<sup>9</sup> Hasil observasi kegiatan admin Berbagi Nasi Kudus, hari Jum’at, 06 Desember 2019, pukul 20.00 WIB

2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Strategi komunikasi Berbagi Nasi Kudus dalam menarik empati masyarakat untuk bersedekah ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Dari penelitian ini peneliti mempunyai tujuan yang hendak di capai yaitu:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi apa yang digunakan oleh Komunitas Berbagi Nasi Kudus dalam menarik empati masyarakat untuk bersedekah.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dari strategi komunikasi Berbagi Nasi Kudus dalam menarik empati masyarakat untuk bersedekah.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat Akademis :

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi, memberi pengetahuan tentang strategi komunikasi yang digunakan untuk mensosialisasikan program sedekah di kalangan masyarakat.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian pengetahuan tentang analisis deskriptif dalam ilmu komunikasi.
3. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk mengembangkan ilmu komunikasi.

Manfaat Praktis :

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi bagi Komunitas Barbagi Nasi Kudus atau komunitas lainnya yang bersedekah untuk menjalankan strategi komunikasi dan program-progmnya lebih baik lagi.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah analisis materi dalam penulisan skripsi dan untuk ketertiban pembahasan dan agar pembaca dapat memahami uraian selanjutnya maka penulis membuat sistematika penulisan, sebagai berikut :

**BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : Landasan Teori**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai dasar-dasar teori yang merupakan dasar pembahasan meliputi pengertian strategi, pengertian komunikasi, sosiologi, sedekah, organisasi, pembahasan mengenai konsep organisasi Berbagi Nasi Kudus, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

**BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai metode penelitian yang digunakan pembahasannya meliputi jenis penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data teknik, pengumpulan data pengujian, uji keabsahan data, teknik analisis data.

**BAB IV : Hasil Penelitian**

Pada bab ini diuraikan mengenai jawaban dari rumusan masalah yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya,

**BAB V : Penutup**

Bab terakhir dari laporan penelitian ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian secara keseluruhan, dan saran-saran.