

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Strategi Komunikasi

###### a. Pengertian Strategi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan suatu kebijakan tertentu dalam perang.<sup>1</sup> Atau dapat pula diartikan sebagai suatu rencana yang cerdas mengenai kegiatan untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan.

Menurut Ali Murtopo definisi strategi secara *etimologi*, sebenarnya berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratos* dan *agein*. *Stratos* memiliki arti pasukan perang dan kata *agein* berarti memimpin.<sup>2</sup> Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi harus ada yang dicamkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali untuk mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum merekamengerjakannya”.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy mengemukakan bahwa “strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan.”<sup>4</sup> Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa rencana saja tidak cukup untuk bisa sampai ke tujuan, melainkan ada tahapan-tahapan lainnya agar sesuai dengan apa yang diharapkan.

---

<sup>1</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 1092

<sup>2</sup> Ali Murtopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: Center For Strategic And International Studies CSIS, 1978), Cet Ke-1, hlm. 40.

<sup>3</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), Cet. Ke-1, hlm. 61

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), Cet Ke-1, hlm. 40.

Menurut konsep manajemen strategis Fred R. David menyebutkan manajemen strategis adalah seni atau ilmu yang terdiri atas perumusan, implementasi, dan evaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya.<sup>5</sup>

Menurut Musa Hubeis dan Mukhamad Najib dalam buku manajemen strategik menjelaskan bahwa proses manajemen strategik terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi strategi, yaitu:

1) Perumusan strategi

Pada tahap perumusan ini yang harus dilakukan adalah melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal, mengembangkan visi dan misi yang jelas, menyusun sasaran dan tujuan perusahaan, merumuskan pilihan-pilihan strategik dan memilih strategi yang tepat, serta menentukan pengendalian.

2) Implementasi strategi

Tahapan ini merupakan tahapan yang kritis karena banyak organisasi yang mampu menyusun perumusan strategi yang baik namun tidak mampu mengimplementasikannya. Dalam implementasi strategi ada beberapa hal penting yang harus dilakukan yaitu: penetapan tujuan tahunan, perumusan kebijakan, memotivasi anggota dan mengalokasikan sumber daya.

3) Evaluasi strategi

Evaluasi strategi adalah proses yang ditujukan untuk memastikan apakah tindakan-tindakan strategik yang dilakukan perusahaan sudah sesuai dengan perumusan strategi yang telah dibuat atau ditetapkan.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Fred R. David, *Strategic Management Concepts and Cases Thirteenth Edition* (New Jersey: Pearson Education Inc, 2007), h. 37.

<sup>6</sup>Musa Hubeis Dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), Cet Ke-1, h. 23-28.

Strategi pada hakikatnya adalah suatu rencana dan aturan untuk mencapai suatu tujuan, bukan sebagai peta penunjuk arah saja tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Dalam perencanaan informasi diperlukan strategi ataupun pendekatan yang tepat untuk menghasilkan kebutuhan dari adanya komunikasi itu dilakukan dalam menyampaikan informasi. Dalam merumuskan strategi atau suatu perencanaan informasi harus melalui langkah-langkah yang sistematis, yaitu : analisis lingkungan, identifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi, pertimbangan nilai-nilai organisasi, mengidentifikasi peluang dan resiko, mendefinisikan ruang lingkup organisasi, dan menetapkan tujuan organisasi<sup>7</sup>

Dalam perspektif psikologi, strategi adalah metode pengumpulan suatu informasi dan pengorganisasiannya, yang dapat membuat suatu hipotesis. Dalam prosesnya, strategi ini adalah proses berpikir yang mencakup *simultaneous scanning* (pengamatan simultan) dan *conservative focusing* (pemusatan perhatian). Hal ini menunjukkan, strategi dimaksudkan untuk mengadakan pengamatan secara terpusat dan hati-hati, sampai dapat memilih tindakan-tindakan yang efektif untuk mencapai suatu tujuan. Maka dapat diartikan bahwa strategi adalah upaya berpikir efisien untuk menentukan pilihan yang tepat dan memuaskan. Burke mengemukakan the dramatic pentad (segi lima dramatik) sebagai berikut :

- 1) *Act* (Aksi), adalah apa yang dikerjakan oleh pelaku. Komponen ini menjelaskan apa yang harus dilakukan oleh pelaku, dari segi hal yang sebaiknya dilakukan hingga apa yang semestinya dilakukan.
- 2) *Scene* (Suasana), adalah situasi atau keadaan dimana tindakan yang dimaksud berlangsung.

---

<sup>7</sup>Deni Darmawan, *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 8-9.

Komponen ini menjelaskan keadaan fisik atau budaya dan lingkungan masyarakat di mana kegiatan tersebut dilaksanakan.

- 3) *Agent* (Agen), adalah seseorang yang akan melaksanakan tugasnya sesuai substansi yang ia ketahui. Komponen ini mencakup substansi agen baik dari segi kemanusiaannya, sikapnya, pribadinya, sejarah, dan faktor-faktor terkait lainnya.
- 4) *Agency* (Agensi), adalah instrumen yang digunakan oleh agen dalam melakukan tindakannya. Komponen ini meliputi saluran-saluran komunikasi, jalan pikiran, lembaga (media), cara, pesan, dan alat-alat terkait lainnya.
- 5) *Purpose* (Maksud), adalah alasan dari tindakan yang dilakukan. Komponen ini mencakup tujuan teoritis yaitu, akibat dari hasil tindakannya sesuai yang diharapkan.<sup>8</sup>

Dapat kita ketahui dari penjelasan di atas bahwa strategi merupakan proses berpikir untuk menentukan suatu rancangan kegiatan yang efisien untuk dilakukan guna mencapai suatu tujuan yang diharapkan dengan tepat dan memuaskan.

#### **b. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication*, menurut istilah komunikasi berarti suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui sistem, lambang-lambang, tanda, dan tingkah laku. Selain itu komunikasi dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengkomunikasikan ide dengan pihak lain, dengan cara berbincang-bincang, berpidato, menulis, ataupun dengan melakukan korespondensi. Dalam bahasa Arab, komunikasi menggunakan istilah *tawashul* dan *ittishal*. Komunikasi (*ittishal*) adalah melakukan cara yang terbaik sebagai sarana untuk memindahkan informasi, makna, rasa, dan pendapat pada pihak lain untuk

---

<sup>8</sup>Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 81-82.

mempengaruhi pendapat mereka dan meyakinkan mereka sesuai dengan apa yang kita inginkan dengan menggunakan bahasa atau dengan yang lainnya. Dan Komunikasi (tawashul) adalah proses berlangsungnya dua pihak yang saling bertukar informasi sehingga pesan dapat tersampaikan dan dipahami oleh kedua belah pihak yang berkomunikasi.<sup>9</sup> Komunikasi ini merupakan suatu bentuk kegiatan yang tidak bisa terlepas dalam kehidupan sehari-hari manusia. Karena komunikasi ini merupakan hal yang sangat mendasar dan sangat penting dalam kehidupan. Berikut merupakan definisi komunikasi menurut para ahli :

- 1) Menurut Everett M. Rogers, ia mengatakan komunikasi adalah peralihan suatu ide, gagasan, lambang, atau isyarat dari satu komunikator kepada komunikan dengan tujuan mengubah perilaku.<sup>10</sup>
- 2) Menurut Ruben dan Stewart, komunikasi adalah suatu proses yang jadi dasar utama untuk memahami hakikat manusia. Karena disebutkan menjadi proses, maka melibatkan banyak elemen atau tahapan-tahapan terpisah-pisah sebagai aktivitasnya sepanjang waktu.
- 3) Menurut Mc Croskey, komunikasi adalah proses seseorang dalam memberikan stimulasi makna pesan *verbal* dan *non verbal* ke dalam pikiran orang lain.
- 4) Menurut Phil Astrid S. Susanto, komunikasi merupakan penyampaian pesan-pesan yang mengandung arti.
- 5) Menurut Allo Liliweri, komunikasi adalah aktivitas atau tindakan guna menyampaikan situasi. Komunikasi ini bisa berbentuk diskusi, perlakuan, *mail*, kantor pos, saluran, dan koneksi antara

---

<sup>9</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2017), 2-3.

<sup>10</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 23.

komunikasi dan kegiatan transmisi pesan lainnya.<sup>11</sup>

- 6) Menurut Stephen Littlejohn, komunikasi bersifat *abstrak* terlalu banyak istilah dan memiliki banyak arti sehingga sulit di definisikan.
- 7) Frank dance, komunikasi mengandung tiga elemen dasar yang membedakannya, hal tersebut adalah *diferensiasi konseptual* kritis yang membentuk dasar teori komunikasi, yaitu: dimensi *level* observasi, dimensi kesengajaan, dan dimensi penilaian *normatif*.<sup>12</sup>

Stewart L. Tubbs mengatakan bahwa secara luas komunikasi di definisikan sebagai berbagi pengalaman dan membagikan pengalaman yang didapat dan dialami oleh pihak yang melakukan komunikasi dan saling mempengaruhi. Komunikasi dapat membantu seseorang untuk bertindak lebih efektif, dengan membagikan pengalaman hidupnya pada pihak lain dan membuat pihak tersebut dapat terpengaruh oleh nya dan mengikuti apa yang disampaikan oleh informan tersebut.<sup>13</sup> Karena pada dasarnya setiap manusia pasti berintraksi satu sama lain dengan berkomunikasi saling bertukar informasi yang masing-masing pihak miliki.

Harus dipahami bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki kecenderungan untuk melakukan interaksi sosial guna membangun komunikasi yang baik satu sama lain terkait kepentingan individual ataupun organisasi. Semakin baik hubungan yang tercipta semakin baik positif interaksi yang tercipta. Dalam membangun hubungan komunikasi dan jaringan sosial satu dengan yang

---

<sup>11</sup> Suryantodan Asep Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 50-53.

<sup>12</sup> Morrisian, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2015), 8.

<sup>13</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2017), 6-7.

lainnya, komunikasi berperan penting bagi ekspresi, pembentukan, dan pengembangan pribadi.<sup>14</sup>

**c. Tujuan dan Fungsi Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial, dalam kehidupannya sehari-hari manusia pasti melakukan interaksi sosial dalam lingkungan masyarakat. Maka dalam hakikatnya manusia dalam melakukan interaksi sosial saling memberi dan menerima informasi. Oleh karena itu tujuan dari komunikasi adalah :

- 1) Dapat menjelaskan pada komunikan dengan baik sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti hal-hal yang dimaksudkan dalam pesan yang disampaikan komunikator.
- 2) Dapat memahami orang lain, dalam aspirasi yang ada di masyarakat tentang hal-hal yang diinginkan ataupun yang tidak diinginkan.
- 3) Dapat menyampaikan suatu gagasan yang dapat diterima orang lain dengan pendekatan *persuasif*, dan bukan memaksakan kehendak.
- 4) Dapat mengajak orang lain untuk melakukan sesuatu yang dilakukan dengan cara yang baik.<sup>15</sup>

Pakar komunikasi terkenal Horold D. Losswel menyebutkan bahwa fungsi komunikasi terbagi menjadi tiga, yaitu :

- 1) *The Surveillance of The Environment/ Pengamatan Terhadap Lingkungan*. Sebuah pengamatan mengenai ancaman ataupun kesempatan lainnya yang dapat mempengaruhi nilai masyarakat dan berbagai unsur yang terkandung di dalamnya.
- 2) *Correlation Of Components Of Society In Making A Response To Environment/ Korelasi Unsur-Unsur Masyarakat Ketika Menanggapi Lingkungan*.

---

<sup>14</sup> Suryanto, *Membangun Citra Dengan Metode Public Relations* (Bandung: CV Arfino Raya, 2013), 69.

<sup>15</sup> Suryanto dan Asep Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 27.

- 3) *Transmission Of Social In Heritance/* Penyebaran Warisan Sosial. Dalam hal ini para pendidik baik dalam lingkungan rumah, sekolah, atau lembaga-lembaga sosial berperan untuk meneruskan warisan sosial kepada generasi berikutnya.<sup>16</sup>

Fungsi komunikasi menurut Harjani Hefni dalam bukunya *Komunikasi Islam*, adalah sebagai berikut :

- i. Fungsi Informasi, berupa pesan (ucapan, ekspresi, lambang-lambang, atau isyarat). Dapat diketahui bahwa sedari lahir kita dapat menyerap informasi melalui mata, telinga, dan hati sebagai perangkat kehidupan yang utama dan sudah terpasang siap untuk di fungsikan. Selain dapat menyerap informasi, Allah SWT juga memerintahkan untuk menyampaikan kembali informasi yang didapat kepada pihak lain dengan perangkat seperti lidah, bibir, dan hal lainnya yang dapat digunakan untuk memberi isyarat atau lambang untuk menyampaikan informasi. Dalam menyampaikan informasi seseorang dengan memalui tahapan-tahapan. Langkah pertama dimulai dengan mengumpulkan informasi tentang makna pesan, yang membentuk persepsi, dan memunculkan keinginan dan melahirkan perbuatan.
- ii. Fungsi Meyakinkan, yaitu dengan membuat ide, pendapat, dan gagasan yang kita miliki untuk bisa diterima oleh pihak lain dengan senang hati dan tanpa keterpaksaan. Bahkan bukan hanya sekedar menerima, tapi juga merasa yakin dengan penjelasan yang diberikan dan ikut mendukung ide atau gagasan tersebut.

---

<sup>16</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 44.

- iii. Fungsi mengingatkan, karena lupa adalah sifat yang tidak luput dari diri manusia. Maka kita perlu untuk mengulang-ulang penyampaian suatu informasi agar ingatan kita tentang informasi krusial tersebut menjadi kukuh dan tidak mudah hilang dalam ingatan meski banyak informasi yang datang.
- iv. Fungsi memotivasi, dalam hidupnya manusia memerlukan motivasi sebagai semangat hidup yang secara umum kondisinya tidak stabil. Dan komunikasi merupakan cara untuk menyuntikkan motivasi kepada orang lain.
- v. Fungsi sosialisasi, dengan bersosialisasi pada orang disekitar kita adalah suatu bentuk kebutuhan agar bisaa diterima dan dihargai. Sosialisasi dilakukan dengan pendekatan, yang dimana dengan melalui pendekatan ini dapat menjadikan hubungan antarmanusia tersambung, dan melahirkan keinginan untuk saling membantu dan megayomi.
- vi. Fungsi bimbingan, pada dasarnya tidak semua orang dapat menyelesaikan masalahnya sendiri, maka manusia memerlukan orang lain untuk membimbingnya mencarikan solusi untuk mengarahkannya ke dalam hal yang tepat.
- vii. Fungsi kepuasan spiritual, manusia memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Terdapat dua unsur yang memerlukan kepuasan, yaitu tubuh yang memerlukan makanan, pakaian, tempat tinggal, dan yang laiinya berkaitan dengan tubuhnya. Adapula kebutuhan rohani, yaitu ketika roh berkomunikasi dengan sang penciptanya, dan membuat hati menjadi tenang dan metode yang digunakan adalah dengan memberikan nasehat kepada mereka.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2017), 156-180.

#### d. Hambatan Komunikasi

Untuk melakukan komunikasi yang *efektif* kita harus mengetahui dan menganalisis hambatan-hambatan yang akan terjadi sebelum berkomunikasi agar dapat mengantisipasi kemungkinan gagalnya sebuah komunikasi. Berikut adalah faktor penghambat dalam komunikasi :

##### 1) Hambatan Sosiologis/Antropologis/Psikologis

Dalam melakukan proses komunikasi harus memperhatikan situasi ketika komunikasi itu berlangsung karena dapat berpengaruh pada kelancaran komunikasi tersebut. Dan situasi berhubungan dengan faktor Sosiologis, Antropologis, Dan Psikologis.

- (a) Hambatan Sosiologis, gangguan yang mempengaruhi tingkat kebebasan berkomunikasi interpersonal. Hambatan ini berupa status sosial, stratifikasi sosial, kedudukan peran yang berbeda dalam proses komunikasi.
- (b) Hambatan Antropologis, gangguan yang berasal dari perbedaan kultural, latar belakang budaya, kebiasaan, atau adat istiadat yang mempengaruhi dalam proses komunikasi.
- (c) Hambatan Psikologis, gangguan yang berasal dari faktor-faktor psikologis, yang meliputi kesadaran diri, pembentukan sikap, persepsi, motivasi, atau hambatan mental yang mempengaruhi kelancaran proses komunikasi.<sup>18</sup>

##### 2) Hambatan Semantis

Dalam melakukan proses komunikasi haruslah memperhatikan ucapan atau tulisan yang dapat menimbulkan salah pengertian dan salah tafsir yang akan menimbulkan salah komunikasi dalam penyampaian pesannya.

---

<sup>18</sup>Suryantodan Asep Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 67.

3) Hambatan Mekanis

Hambatan ini merupakan gangguan teknis yang ditemukan pada media yang digunakan dalam proses komunikasi.

4) Hambatan ekologis

Gangguan yang ditimbulkan dari lingkungan yang diakibatkan oleh proses alam.<sup>19</sup>

**e. Unsur-unsur Komunikasi**

Proses mendasar dalam komunikasi adalah dimana yang memberi informasi dan yang menerima informasi penggunaanya secara langsung tanpa perantara. Dalam proses komunikasi ini yang mengirim dan yang menerima pesan bisa menggunakan media lain, seperti tulisan, isyarat, ataupun dapat berupa kode-kode yang dapat dipahami satu sama lain baik bagi penerima maupun pemberi pesan. Adapun unsur-unsur penegasan dalam proses komunikasi :

- 1) *Sender*, adalah komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan baik individu maupun kelompok.
- 2) *Encoding*, adalah suatu proses komunikasi dengan pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang, dengan cara penyandian.
- 3) *Media*, adalah suatu bentuk saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- 4) *Decoding*, adalah proses menetapkan makna pada suatu lambang yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
- 5) *Receiver*, adalah tanggapan ataupun reaksi dari komunikan yang ditimbulkan setelah penerimaan pesan.
- 6) *Response*, adalah komunikan yang menerima pesan.

---

<sup>19</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010), 116.

- 7) *Feedback*, adalah umpan balik komunikasi apabila pesan komunikator telah sampai kepadanya.
- 8) *Noise*, gangguan yang terjadi akibat diterimanya pesan lain oleh komunikasi yang berbeda.<sup>20</sup>

Proses komunikasi pada manusia itu sendiri merupakan hasrat untuk berbicara, mengungkapkan pendapatnya, dan memperoleh informasi dari suatu informan. Komunikasi pada dasarnya selalu digunakan dalam berbagai konteks kehidupan, yang tidak hanya berlangsung pada manusia, tetapi juga terjadi pada binatang, tumbuhan, dan makhluk hidup lainnya. Untuk memahami komunikasi secara komprehensif agar bisa mengidentifikasi hal-hal yang terlibat dalam proses komunikasi itulah tujuan dari komponen komunikasi. Berikut adalah komponen atau unsur-unsur komunikasi, yaitu :

#### 1) Komunikator

Komunikator adalah pihak yang membuat pernyataan atau penyampaian pesan kepada pihak lain. Dalam ilmu komunikasi komunikator juga disistilahkan sebagai sumber (*source*), pengirim (*sender*), dan pembicara (*speaker*) yang memiliki ciri khas tersendiri. Proses komunikasi merupakan pengiriman pesan berupa gagasan, ide, atau pikiran yang berasal dari komunikasi tersebut kepada pihak komunikasi. Seorang komunikator bisa jadi adalah individu, kelompok, atau organisasi Sebagai pihak yang memulai komunikasi.<sup>21</sup> Windhal dan Olson membedakan dua jenis komunikator, yaitu :

- a) *The Communicator's Self Image/* Komunikator Dengan Citra Diri Sendiri. Dalam hal ini komunikator yang melakukan proses komunikasi atas

---

<sup>20</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 122.

<sup>21</sup> Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2015), 16.

kepentingan dan keinginan dirinya sendiri tidak mewakili lembaga, organisasi, ataupun institusi lainnya.

- b) *The Communicator's Image Of Audiens/Komunikator Dengan Citra Khalayak*. Dalam hal ini komunikator menyampaikan suatu pesan atau informasi guna membentuk citra kepentingan khalayak, dan harus mencoba memahami kebutuhan audiens. karna komunikator jenis ini terkait dengan formalitas. Jenis komunikator ini terdapat tiga tipe, yaitu:
- (1) *paternalisme*, berfungsi untuk mendidik dan menginformasikan kepada klayak akan suatu pesan, dan kesuksesan tidak menjadi fokus utama.
  - (2) *Spesialisasi*, komunikator dalam penyampaian pesan atau informasi yang disampaikan guna kepentingan dan kebutuhannya di ketahui oleh khalayak.
  - (3) *Profesionalitas*, komunikator yang menganggap dirinya berkompeten dan mengetahui hal-hal yang lebih baik untuk di sampaikan kepada khalayak.
  - (5) *Ritualisme*, berfungsi untuk membangun dan memperkuat kebersamaan diantara khalayak guna menciptakan keadaan yang menyenangkan.

Menurut Jalaludin, terdapat syarat-syarat yang harus diperhatikan agar komunikasinya berhasil dan berjalan dengan baik, adalah sebagai berikut :

- a) Memiliki kredibilitas dalam menyampaikan informasi.
- b) Memiliki ketarampilan dalam berkomunikasi.
- c) Mempunyai pengetahuan yang luas.
- d) Memiliki daya tarik untuk dapat melakukan perubahan sikap dan dapat menambah pengetahuan bagi komunikan.

Komunikasi dikenal sebagai proses penyampaian pesan dan informasi. Dalam melakukan proses komunikasi tersebut tentulah terdapat beberapa gaya dari seorang komunikator, beberapa gaya tersebut adalah :

- a) Komunikator yang membangun.

Komunikator gaya ini dia menganggap bahwa pemikiran orang banyak lebih baik dari pada hanya pemikirannya sendiri, yang dimana dia mau untuk mendengarkan pendapat orang lain. Selain itu sebagai seorang komunikator tidak mendominasi situasi dan saling bekerja sama dengan komunikator untuk memperbincangkan persoalan sesama dengan saling pengertian.

- b) Komunikator yang mengendalikan.

Komunikator gaya ini dia mendominasi situasi proses komunikasi dan beranggapan bahwa pendapatnya adalah sesuatu yang paling baik dan tidak mau mendengarkan pendapat orang lain.

- c) Komunikator yang melepaskan diri.

Komunikator gaya ini memiliki rasa rendah diri yang sering timbul sehingga lebih banyak menerima dari lawannya berkomunikasi, dan menganggap pemikirannya tidak terlalu berarti sehingga suka melemparkan tanggung jawabnya kepada orang lain.

- d) Komunikator yang menarik diri.

Komunikator gaya ini sering diam tidak menunjukkan reaksi karena selalu bersifat pesimis terhadap buah pemikirannya yang menurutnya suatu keadaan tersebut tidak bisa diperbaiki lagi.

Menurut Aristoteles, etos komunikator berfungsi untuk mempengaruhi komunikator untuk percaya dengan apa yang disampaikan.

Etos komunikator merupakan *kognisi* (proses memahami), *afeksi* (perasaan yang timbul oleh perangsang dari luar), dan *konasi* (aspek psikologis yang berkaitan dengan upaya perjuangan) yang merupakan perpaduan dari nilai diri seseorang. Dimensi-dimensi dari etos komunikator tersebut adalah :

- a. *Internalisasi*, dimensi yang paling relevan dalam etos ini adalah *kredibilitas*. Karena terjadi apabila komunikan menerima pengaruh seperti yang dianjurkan oleh komunikator sesuai dengan nilai dirinya atas dasar rasional.
  - b. *Identifikasi*, dimana individu meniru perilaku yang berasal dari orang atau kelompok lain yang dapat mendefinisikan seseorang seseorang atau kelompok tersebut secara memuaskan.
  - c. *Ketundukan*, individu yang menerima pengaruh agar memperoleh reaksi yang menyenangkan dari individu lain atau kelompok lainnya.
- 2) Pesan

Pesan dapat berbentuk sinyal, simbol, tanda, atau komunikasi dari kesemuanya yang berfungsi sebagai stimulus yang akan direspon oleh penerima. Pesan ini mengandung gagasan, perasaan atau pemikiran yang disampaikan oleh komunikator dan di terima oleh komunikan. Dan seharusnya dalam informasi yang disampaikan terdapat inti pesan sebagai pengaruh dalam mempengaruhi sikap dan tingkah laku komunikan. Penerimaan informasi atau pesan tergantung pada cara yang digunakan dalam setiap situasi, cara yang dipakai dapat berupa *visual*, sentuhan, pendengaran, pengecap, ataupun penciuman, yang kadang kala lebih

meyakinkan dari pada ucapan atau kata-kata.<sup>22</sup> Terdapat dua hal utama yang terkandung dalam “makna” pesan, yaitu sebagai berikut :

- a) Makna Konten (*Content Meaning*), adalah makna harfiah dari pesan yang ditampilkan secara verbal.
- b) Makna Hubungan (*Relationship Meaning*), adalah makna pesan yang dipahami secara emosional dan hanya bisa dipahami oleh pihak yang memiliki relasi tertentu.

Menurut Hanafi, ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu pesan, yaitu :

- a. Kode pesan, simbol yang disusun agar bermakna bagi seseorang.
- b. Isi Pesan, material sumber yang digunakan untuk menyampaikan maksud.
- c. Wujud Pesan, keputusan sumber mengenai cara menyampaikan pesan.

Dan pesan akan tepat sasaran bila memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- a) Direncanakan baik sesuai kebutuhan.
- b) Menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.
- c) Menarik minat si penerima dan memberi kepuasan bagi si penerima pesan.

### 3) Media komunikasi

Media komunikasi adalah sarana yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mengolah, mendistribusikan, menyebarkan, dan menyampaikan informasi. Media komunikasi bisa dikatakan sebagai perantara dalam penyampaian informasi dari komuniaktor kepada komunikan yang bertujuan untuk *efisiensi* waktu. Berdasarkan fungsinya terdapat jenis-jenis komunikasi sebagai berikut:

- a) Fungsi produksi, media komunikasi digunakan untuk menghasilkan informasi.

---

<sup>22</sup>Brent D. Ruben, dan Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 122.

- b) Fungsi reproduksi, media komunikasi digunakan untuk memproduksi ulang atau menggandakan informasi.
  - c) Fungsi penyampaian informasi, media komunikasi digunakan untuk menyebarkan pesan kepada para sasaarannya.<sup>23</sup>
- 4) Umpan balik

Dalam komunikasi terdapat istilah umpan balik atau *feedback* yang merupakan tanggapan yang diberikan oleh komunikan dalam proses komunikasi. Tanggapan ini merupakan bahan yang sudah dipertimbangkan terlebih dahulu dalam waktu tertentu sebelum di refleksikan. Dalam hal ini terdapat dua jenis umpan balik, yaitu umpan balik langsung (*immediatedfeedback*) dan umpan balik tidak langsung (*delayedfeedback*). Yang dimaksud dengan umpan balik langsung adalah ketika komunikator dan komunikan melakukan komunikasi dengan berhadapan langsung. Dan umpan balik tidak langsung adalah penyampaian pesan yang disampaikan dalam bentuk surat baca atau media lainnya, yang biasanya dalam rubrik berikutnya dicantumkan koreksi atau kritikan pada media yang bersangkutan.<sup>24</sup>

#### f. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan dan mampu menunjukkan operasionalnya secara praktis sesuai situasi dan kondisi. Adapun tujuan dari strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D, Peterson, dan M. Dallas Burnet, yaitu sebagai berikut :

---

<sup>23</sup>Suryanto dan Asep Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 159-190.

<sup>24</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017), 109.

- 1) *To secure understanding* /Mendapatkan Pemahaman.
- 2) *To establish acceptance*/ Membangun Penerimaan.
- 3) *To motivate action*/ Memotivasi Tindakan.

Dalam menyusun strategi komunikasi di perlukannya korelasi antarkomponen dalam strategi komunikasi. Karena komunikasi ini merupakan proses yang rumit dan harus diperlukan pemikiran dalam memperhitungkan komponen-komponen komunikasi yang terdapat di dalamnya. Dan untuk mengetahui semuanya kita harus mulai untuk

- 1) Mengenal Sasaran Komunikasi

Pada kenyataannya untuk melancarkan komunikasi, maka perlu untuk mempelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal ini di peruntukkan agar mengetahui tujuan dari komunikasi ini adalah hanya untuk sekedar diketahui atau suatu tindakan persuasif atau instruktif. Untuk mengenali sasaran komunikasi, maka perlu diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut :Faktor kerangka referensi, tercipta dari dalam diri seseorang karena faktor pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, dan cita-cita. Oleh karena itu kerangka referensi seseorang akan berbeda dengan orang lain, karena background seseorang tidak akan sama. Dan Faktor situasi dan kondisi.

- 2) Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi ini digunakan sebagai sarana untuk mencapai sasaran komunikasi. Pemilihan media komunikasi bergantung pada tujuan ataupun pesan yang akan dicapai, dan teknik yang digunakan. Dari banyaknya media komunikasi yang ada, masing-masing memiliki kelebihan juga kelemahannya masing-masing sesuai kapasitasnya.

- 3) Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi menentukan teknik apa yang harus digunakan, baik itu teknik

informasi, teknik persuasi, dan teknik instruksi.

#### 4) Peranan Komunikator Dalam Komunikasi

Faktor penting dari seorang komunikator, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber. Melalui mekanisme daya tarik maka sebagai seorang komunikator harus dapat mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan. Yang dimana komunikator bersifat tanggap pada feedback dari komunikan agar komunikasi dapat berhasil dan terpelihara keberhasilannya. Selain itu kredibilitas sumber juga merupakan faktor keberhasilan dari komunikasi. Karena sangat penting untuk menimbulkan kepercayaan komunikan pada komunikator. Sebagai seorang komunikator kita harus bersikap empatik, untuk dapat merasakan apa yang tengah dirasakan oleh orang lain.<sup>25</sup>

## 2. Sosialisasi dalam Strategi Komunikasi

### a. Bentuk- bentuk Komunikasi

Sebenarnya ilmu komunikasi merupakan bagian dari ilmu sosial, karena pada pernyataan dan teknik penyampaian pesannya disampaikan oleh manusia. Manusia itu sendiri adalah makhluk yang diciptakan oleh tuhan yang paling sempurna karena dikaruniai akal dan pikiran. Dengan memiliki anugerah akal dan pikiran itu manusia terus berpikir dan mengalami perubahan. Dan perubahan itu terjadi tidak terlepas dari komunikasi, baik yang disampaikan secara *verbal* (bahasa lisan) atau *nonverbal* (bahasa isyarat). Sehubungan dengan itu maka dapat diketahui bahwa setiap orang pasti memiliki perbedaan dalam mengaktualisasikan komunikasi tersebut. Maka dari itu sebagai manifestasi perilaku manusia dalam melakukan komunikasi maka dalam komunikasi

---

<sup>25</sup> Onong Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 32-39.

dikenal dengan bentuk-bentuk komunikasi, sebagai berikut :

- 1) Komunikasi *Interpersonal*, adalah proses penyampaian pesan dari satu orang ke orang lainnya (pihak lain). Proses informasi yang harus terjadi pertukaran informasi atau pesan yang tersampaikan kepada pihak lain.<sup>26</sup> Dalam komunikasi *interpersonal* berlangsung dengan tatap muka secara langsung atau dapat menggunakan media komunikasi antarpribadi (nonmedia massa), misalnya telepon, sms (short message service), dan room chat sosial media pribadi. Komunikasi antarpribadi berlangsung sirkuler agar dapat diketahui dan dilaksanakan, yang dimana peran komunikator dan komunikan terus dipertukarkan dan kedudukannya relatif setara. Proses ini disebut dialog.<sup>27</sup>
- 2) Komunikasi kelompok, adalah proses komunikasi yang interaksinya terjadi antara lebih dari dua orang atau kelompok untuk suatu tujuan seperti berbagi informasi, menjaga diri, dan pemecahan masalah kelompok.<sup>28</sup> Umpan balik dalam komunikasi antar kelompok dapat diterima dengan cepat, dan menenentukan penyampaian pesan selanjutnya. Pesan dalam komunikasi kelompok lebih terstruktur dari pada komunikasi antarpribadi, bisa bersifat formal ataupun non formal. Komunikasi kelompok terjadi dalam komunikasi pada keluarga, tenaga, teman, kerabat, kelompok diskusi, dan komunikasi antar kelompok.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup>Suryantodan Asep Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*(Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2015), 102.

<sup>27</sup> Muhibudin Wijaya Laksana, *Psikologi Komunikasi Membangun Komunikasi Yang Efektif Dalam Interaksi Manusia* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 22.

<sup>28</sup>Suryantodan Asep Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*(Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2015), 135.

<sup>29</sup> Muhibudin Wijaya Laksana, *Psikologi Komunikasi*, 23.

- 3) Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa yang dapat menjangkau lebih luas dari pada bentuk komunikasi lainnya.<sup>30</sup> Komunikasi ini melibatkan jumlah komunikan yang banyak, maka dari itu agar pesan diterima secara serentak pada waktu yang bersamaan maka digunakan media massa majalah, radio, televisi, dan media online. Karena komunikasi massa menjangkau lebih luas, tataran komunikasi antara komunikator dan komunikan relatif tidak saling mengenal secara pribadi. Pesan-pesan yang disampaikan pun bersifat umum, disampaikan serentak dan terstruktur. Dalam komunikasi massa komunikator sedikit sulit menganalisa umpan balik komunikan secara langsung, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahuinya.<sup>31</sup>

Dalam era globalisasi dengan segala perkembangan yang terus melesat maju, hal itu juga sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih pula. Teknologi komunikasi dengan bentuk dan pola peralatan komunikasi yang mengalami perubahan. Komunikasi yang tadinya dilakukan secara personal atau kelompok secara langsung, namun sekarang dapat dilakukan menggunakan media massa. Ini merupakan suatu perkembangan komunikasi yang semakin kompleks, ditinjau dari media yang dapat digunakan dalam komunikasi massa ini, yaitu: radio, televisi, surat kabar, media tradisional, media online, dan lain-lain yang dimana dalam melakukan komunikasi melalui media ini juga terdapat kelemahan dan kelebihan masing-masing.

**b. Sosialisasi dalam Strategi Komunikasi**

Umumnya, sosialisasi merupakan suatu proses pengenalan sebuah nilai yang ada dalam suatu

---

<sup>30</sup> Suryanto dan Asep Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 143.

<sup>31</sup> Muhibudin Wijaya Laksana, *Psikologi Komunikasi*, 24.

kelompok masyarakat. George Herbert Mead, menguraikan tahap pengembangan diri manusia dari manusia lahir belum mempunyai jati diri, lalu berkembang secara bertahap melalui interaksi dengan anggota masyarakat. Sosialisasi menurut David A. Goslin, berpendapat bahwa sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya.

Sosialisasi pada umumnya adalah proses pengenalan suatu nilai yang ada dalam kelompok masyarakat. Menurut Vembiarso hakikat dari sosialisasi adalah sebagai berikut :

- 1) Proses penyesuaian individu untuk menahan, mengubah impuls-impuls dirinya dan mengikuti cara hidup atau kebudayaan masyarakat.
- 2) Proses individu untuk mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola-pola, tingkah laku, dan standar tingkah laku dalam masyarakat sekitar.
- 3) Sifat dan kecakapan yang dipelajari dari proses sosialisasi kemudian disusun dan dikembangkan menjadi sebagai satu kesatuan sistem di dalam dirinya.

Sosialisasi adalah proses pengenalan individu pada nilai-nilai yang terdapat pada suatu kelompok masyarakatnya. Sosialisasi pasti akan dialami oleh setiap individu sebagai makhluk sosial dalam kehidupannya terhitung sejak ia dilahirkan sampai meninggal dunia. Interaksi merupakan kunci dari berlangsungnya sebuah proses sosialisasi, maka dari itu diperlukan agen sosialisasi, yaitu orang-orang yang berada disekitar individu tersebut yang mentransmisikan nilai-nilai atau norma-norma tertentu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Agen sosialisasi ini merupakan significant others (orang yang paling dekat) dengan individu,

seperti orang tua, kakak adik, saudara, teman sebaya, guru atau instruktur dan lain sebagainya.<sup>32</sup>

### 3. Progam Sedekah pada Organisasi Berbagi Nasi Kudus

#### a. Pengertian Sedekah

Sedekah berasal dari kata bahasa Arab yaitu صدقة yang berarti suatu pemberian yang diberikan oleh seorang kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu. Juga berarti suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap ridho Allah SWT dan pahala semata. Sedekah secara bahasa berasal dari huruf ص, د, ق serta dari unsur al- Sidq yang berarti benar atau jujur, artinya sedekah adalah membenarkan sesuatu. Sedekah menunjukkan kebenaran penghambaan seseorang kepada Allah SWT.<sup>33</sup>

Dalam al-Quran juga telah diingatkan bahwa harta kekayaan tidak boleh hanya berputar-putar di tangan kelompok orang kaya. Orang-orang berkuasa semestinya menyadari, bahwa dalam harta kekayaan yang dimilikinya ada hak bagi fakir dan miskin, sebuah perhatian yang penuh harus kita berikan kepada lapisan masyarakat yang belum bisa hidup wajar sebagaimana mestinya.

Ada beberapa cara untuk memberikah hak bagi fakir dan miskin antara lain lewat Infaq, Sedekah maupun dengan membayar kewajiban Zakat. Sedekah berasal dari kata shadah yang berarti benar, secara terminologi sedekah adalah pemberian secara sukarela yang dilakukan seseorang kepada orang lain yang kekurangan atau fakir miskin yang tidak terikat jenis barangnya ataupun waktu memberinya. Dalam sedekah tidak hanya berupa material saja tapi juga bisa berbentuk jasa ataupun hal lain yang dapat

---

<sup>32</sup>Mentari Oktaviana Ika Putri, "Proses Sosialisasi Dan Internalisasi Pendidikan Karakter Dalam Gerakan Pramuka (Studi Di Kwartir Cabang XI.28 Tegal)" (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), 41.

<sup>33</sup> Taufiq Ridha, *Perbedaan Ziwaf* (Jakarta: Tabung Wakaf Indonesia, tt), 01.

bermanfaat bagi orang lain. Sedekah adalah suatu bentuk pemberian baik berupa barang ataupun jasa kepada orang lain tanpa mengharapkan imbalan apapun kecuali ridha dari Allah SWT. Menurut syari'at itu sendiri sedekah sama artiannya dengan infaq, juga termasuk hukum dan ketentuan-ketentuannya. Seseorang dengan keyakinan yang teguh akan tuhan, yaitu Allah SWT. Maka seorang umat itu akan melakukan ibadah dengan benar sesuai dengan syariat yang diajarkan kepadanya. Allah SWT akan memberikan anugerahnya kepada mereka yang senantiasa melakukan ibadah shalat 5 waktu berjamaah, shalat dhuha, shalat tahajjud, mengamalkan dan membaca al-qur'an, berdoa, dan bersedekah.<sup>34</sup>

Jadi sedekah adalah sebuah bentuk tindakan amal kebaikan yang dilakukan oleh seorang muslim untuk menciptakan kesejahteraan umat, menciptakan kelestarian lingkungan hidup di dunia, untuk mendapat hidayah dan ridha dari Allah SWT. Di dalam Al-Qur'an banyak sekali anjuran yang diperuntukkan kepada orang-orang mukmin untuk membelanjakan sebagian rizki-nya di jalan yang di ridhoi Allah SWT. Kata infaq terdapat lebih dari tujuh puluh kali di dalam kitab suci Al-qur'an, ayat tentang infaq ini dihubungkan dengan ayat tentang shalat.

Dengan hal ini, mengisyaratkan, selain harus melakukan hubungan yang erat dengan Allah SWT, tidak boleh pula melupakan keadaan sosial lingkungan di sekitar kita. Dan salah satu ikatan kemanusiaan antara seseorang dengan lingkungannya adalah dengan bersedekah yang dapat melakukan dua hubungan sekaligus, yaitu: *hablun-minallah* dan *hablun minannas*.<sup>35</sup> Menurut Teungku Muhammad

---

<sup>34</sup>Yusuf Mansur, *Rich*(Depok: Sekolah Bisnis Wisatahati Nusantara,2013), xvii.

<sup>35</sup>Alifudin El islamy,*Wasiat Allah Untuk Orang Mukmin*(Jakarta: Yayasan Sinar Kebajikan, 1994), 55.

Hasbi Ash Shiddieqy terdapat beberapa macam sedekah, yaitu :

- 1) Sedekah hati, dengan selalu berpikir positif pada orang lain dan selalu mendoakan hal baik kepada seseorang.
- 2) Sedekah Sosial, dengan menjalin hubungan baik dan saling mengormati satu sama lain kepada sesama manusia.
- 3) Sedekah pemikiran, dengan menyumbangkan ide atau pemikiran guna menyelesaikan permasalahan yang terjadi dilingkungan dengan memberikan solusi atau jalan keluarnya.
- 4) Sedekah informasi, dengan memberikan informasi yang berguna untuk diketahui orang banyak atau kepada orang lain yang membutuhkan.<sup>36</sup>

Bersedekah dengan mengharapkan ridho Allah SWT dan untu merekatkan hubungan dengan sesama manusia, hal itu dapat menunjukkan keikut-sertaan seseorang dalam menanggulangi masalah kehidupan yang ada di dunia ini. Allah SWT menetapkan sedekah tidak hanya sekedar menyalurkan harta benda, tetapi sesungguhnya dari sebagian rezki yang Allah SWT berikan baik tenaga, waktu, ilmu, fikiran, kesehatan, dan harta benda sebagiannya wajib disalurkan ke jalan Allah SWT. Sedekah atau infaq merupan kesempatan untuk menabung bekal kehidupan di akhirat kelak.

Hukum infaq ada dua pendapat, sebagian ulama mengatakan wajib, karena dalam perintahnya disertai dengan ancaman dan peringatan. Dan sebagian ulama lainnya mengatakan sunnah, karena mereka berpendapat yang wajib adalah zakat. Baik wajib atau sunnah, sebagai seorang kaum muslim haruslah melihat sudut pandang yang lain, yaitu dari sudut pandang seorang abid atau hamba Allah. Seseorang

---

<sup>36</sup> Rachmi Ardila, Skripsi “Peran Program Nikmatnya Sedekah Untuk Membangun Kesadaran Bersedekah Pada Jamaah di MNC TV” (Skripsi, UIN Jakarta, 2011), 24.

bersedekah dengan mengharap untuk memperoleh ridho dari Allah SWT untuk tabungan bekal kehidupan di akhirat. Bersedekah merupakan suatu kesempatan bukan keterpaksaan. Karena bagi orang mukmin, memandang sebagai suatu kesempatan dan kemuliaan yang diberikan Allah SWT, ia pun berpendapat bahwa rezki yang dimilikinya tidak akan abadi melainkan hanya sebuah titipan sementara. Sedangkan bagi orang munafik, beranggapan bila rezki yang diperoleh dengan susah payah harus diberikan kepada orang lain, sedangkan untuk dirinya saja belum tercukupi.<sup>37</sup>

Sedangkan untuk zakat merupakan salah satu kewajiban yang harus diyakini dan mendapat perhatian penting dalam Islam, yaitu pada urutan kedua setelah sholat. Perhatian untuk mendirikan sholat di dalam kitab suci al-Quran tidak terpisahkan, melainkan selalu diikuti dengan penekanan yang sama.<sup>38</sup>

Perintah zakat selalu dihubungkan dengan sholat. Di dalam al-Quran keduanya dijadikan lambang keseluruhan ajaran Islam.<sup>39</sup> Didalam zakat sendiri memiliki aturan-aturan yang berbeda dengan Infaq maupu shodaqoh. Aturan aturan tersebut antara lain berupa batas nisab harta yang wajib di penuhi zakatnya, orang-orang yang berhak menerimanya, dan kapan saat zakat itu dikeluarkan.

Zakat, infaq dan shadaqah merupakan hal yang sangat penting bagi kesejahteraan umat ketiganya bisa menjadi sarana untuk memperkuat umat Islam pada umumnya.

---

<sup>37</sup>Alifudin El Islamy, *Wasiat Allah Untuk Orang Mukmin* (Jakarta: Yayasan Sinar Kebajikan, 1994), 58.

<sup>38</sup>A F Fazlurrahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, alih bahasa oleh Nastakim, out, ke-2. (Yogyakarta, Data Bhakti Prima Yasa: 2002) hlm. 245.

<sup>39</sup>Qurasy Syihab, *Membumikan Alquran*, (Bandung, Mizan: 1985) hlm. 325.

## b. Manfaat Sedekah

Pada dasarnya ada tiga pihak yang mendapatkan manfaat dari sedekah. Pertama, orang yang mengeluarkan sedekah. Kedua, orang yang mendapatkan sedekah. Ketiga, masyarakat yang ada disekitar orang yang bersedekah.

1) Manfaat sedekah bagi orang yang mengeluarkannya :

a. Sebagai kesempurnaan iman dan Islam

Islam adalah agama yang membawa rahmat bagi alam semesta. Karena itu, Islam bukan hanya mengajarkan bagaimana seorang muslim itu berhubungan dengan tuhan, akan tetapi Islam juga mengajarkan bagaimana seorang muslim itu berhubungan baik dengan keluarganya, tetangganya dan masyarakatnya. Rasa empati sosial dalam ajaran Islam bukan hanya dalam wacana-wacana kosong yang tanpa aplikasi. Akan tetapi, rasa empati sosial dalam Islam diwujudkan dengan tindakan-tindakan nyata bukan sekedar pengakuan. Oleh karena itu, orang yang mengaku beragama Islam, mengaku beriman, dan mengaku bertakwa ditantang oleh Allah untuk melakukan perbuatan sebagai bukti keimanan, keIslaman, dan ketakwaan. Jika perbuatan yang diperintahkan tersebut bisa dilakukan dengan baik maka mereka pantas disebut mukmin, muslim dan muttaqin.<sup>40</sup> Dalam alquran Allah berfirman:

﴿وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا  
السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ ١٣٣ الَّذِينَ  
يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكُظُمِينَ الْغَيْظِ  
وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ١٣٤﴾

<sup>40</sup> Syafi'i Maskur, *Kekuatan Sedekah* (Yogyakarta: Brilliant Books, 2011),

Artinya :*Dan bersegeralah kamu kepada ampunan dari Tuhanmu dan kepada surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang disediakan untuk orang-orang yang bertakwa, (yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan.*<sup>41</sup>

Dalam ayat diatas menginfakkan harta yang salah satunya adalah dengan sedekah, adalah ciri orang yang bertakwa. Allah memerintahkan menginfakkan harta bukan saja dalam keadaan senang akan tetapi juga dalam keadaan susah.

b. Tanda berprasangka baik kepada Allah

Orang yang mau mengeluarkan sebagian rizki untuk disedekahkan kepada orang lain berarti dalam dirinya ada rasa baik sangka kepada Allah. Ada keyakinan didalam dirinya bahwa Allah akan mengganti sedekah yang dikeluarkannya tersebut dengan sesuatu yang lebih baik. Berbeda dengan orang pelit yang menganggap pintu rizki itu hanya kerja keras dan kikir terhadap orang lain. Mereka tidak yakin jika mereka mengeluarkan sedekah niscaya Allah akan menggantinya dengan yang lebih baik. Dalam hadis Qudsi disebutkan bahwa Allah berfirman “Aku menurut persangkaan hambaku kepadaku”.

---

<sup>41</sup> Kementrian urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (medina Al- Munawwarah: kompleks percetakan Al-Qur'anul Karim, 1998)

Apabila orang mau berbaik sangka kepada Allah maka Allah akan memberinya kebaikan kepadanya begitu pula sebaliknya.<sup>42</sup>

c. Sebab memperoleh cinta Allah dan cinta sesama Manusia

Salah satu langkah untuk mendapatkan cinta dan kasih sayang Allah adalah dengan cara mengasihi sesama manusia, dan salah satu cara mengasihi sesama manusia adalah dengan bersedekah kepada mereka. Perbuatan cinta dan kasih sayang kepada sesama manusia bisa menjadikan sebab seseorang dicintai oleh Allah. Rasulullah bersabda, “tidak termasuk golongan kami orang yang tidak menghormati orang yang lebih tua dari kami dan tidak menyayangi orang yang lebih muda daripada kami”. Dalam hadis lain disebutkan, “kasihilah yang ada diatas bumi niscaya yang ada diatas langit akan mengasihimu”. Selain kecintaan Allah, orang yang suka bersedekah akan mendapatkan kecintaan dari sesama manusia. Sudah menjadi tabiat manusia untuk ingin diperhatikan, dimengerti dan dibantu. Sedekah adalah merupakan salahsatu bentuk empati sosial. Setiap orang yang diberi sesuatu kenikmatan pasti ia akan merasa senang dengan pemberinya.<sup>43</sup>

d. Mensucikan jiwa

Cinta dunia adalah kotoran yang menempel dalam jiwa manusia. Salah satu bentuk cinta dunia adalah mencintai harta yang berlebihan. Dalam alquran Allah berfirman:

---

<sup>42</sup> Syafi'i Maskur, *Kekuatan Sedekah* (Yogyakarta: Brilliant Books, 2011), 49-50

<sup>43</sup> Syafi'i Maskur, *Kekuatan Sedekah*, 51

وَيَلِّ لِكُلِّ هُمْزَةٍ لَمَزَةٌ ۙ الَّذِي جَمَعَ مَالًا وَعَدَّدَهُ ۚ

Artinya :*Kecelakaanlah bagi setiap pengumpat lagi pencela, yang mengumpulkan harta dan menghitung-hitung*<sup>44</sup>,

Sifat bakhil adalah kotorang yang menodai jiwa dan kotoran itu harus disucikan. Cara mensucikannya adalah menanamkan sifat pemurah dengan cara senang bersedekah. Jika hati dan jiwa sudah bersih maka akan mendapatkan kelapangan dan kemudahan untuk beribadah kepada Allah.<sup>45</sup>

## 2) Manfaat sedekah bagi orang yang menerima

### (a) Manfaat lahir

Secara lahir orang yang menerima sedekah akan dicukupkan kebutuhannya dan diringankan beban kesulitan hidupnya. Perut yang tadinya merasa lapar bisa menjadi kenyang karena ada orang yang memberinya sedekah. Sedekah yang bisa dimanfaatkan dengan produktif bisa mengurangi pengangguran.

### (b) Manfaat Batin

Selain manfaat lahir, orang yang mendapatkan sedekah juga mendapatkan manfaat batin, mereka akan merasa terbantu dan akan tumbuh dalam dirinya betapa orang lain memperhatikan dan membantu dirinya. Sedekah yang mereka terima bisa menjadi bukti bahwa mereka tidak menghadapi segala persoalan ini sendirian, namun masih banyak saudaranya yang mau berbagi beban derita. Dorongan psikologis ini sangat

<sup>44</sup> Kementerian urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 521

<sup>45</sup> Syafi'i Maskur, *Kekuatan Sedekah*, 53

diperlukan bagi setiap orang.<sup>46</sup>

3) Manfaat sedekah bagi sosial masyarakat

(a) Terciptanya lapangan kerja

Di masyarakat sebenarnya banyak orang yang produktif. Yang menjadi kendala mereka hanyalah permodalan. Problem permodalan sebenarnya dapat teratasi jika kesadaran orang untuk bersedekah itu tinggi. Jika seorang milyarder dan jutawan mau konsisten menyedekahkan hartanya bagi orang yang membutuhkan, niscaya pengangguran bisa dikurangi. Kalau pada akhirnya orang yang dibantu tersebut sukses dalam usahanya maka akan tercipta banyak lapangan kerja.<sup>47</sup>

(b) Mengurangi angka kriminal

Salah satu sebab seseorang melakukan perbuatan-perbuatan kriminal adalah karena kemiskinan, karena perut lapar dan tidak ada yang dimakan, maka orang melakukan perbuatan jahat seperti mencuri, merampok dan sebagainya. Awalnya hanya sekedar untuk mengganjal perut tapi lambat laun bisa menjadi profesi yang sulit untuk ditinggalkan. Jika banyak orang yang rajin bersedekah dan sedekah tersebut dapat terdistribusi dengan baik dan benar, secara bertahap kemiskinan bisa dientaskan. Jika kemiskinan bisa dientaskan harapannya tingkat kejahatan yang disebabkan kemiskinan bisa diatasi.<sup>48</sup>

(c) Memperkuat tali ikatan keluarga dan masyarakat

---

<sup>46</sup> Syafi'i Maskur, *Kekuatan Sedekah*, 57-58

<sup>47</sup> Abdullah Lam bin Ibrahim, *Fiqh Finansial* (Solo: Era Intermedia, 2005), 235

<sup>48</sup> Abdullah Lam bin Ibrahim, *Fiqh Finansial* (Solo: Era Intermedia, 2005), 236

Kaya dan miskin adalah sunnatullah yang tidak bisa dirubah lagi. Perbedaan itu diciptakan oleh Allah untuk menguji apakah orang kaya mau bersyukur dan orang miskin mau bersabar tau tidak. Apabila dalam masyarakat orang yang kaya mau mensyukuri nikmat yang salah satunya adalah dengan bersedekah maka akan tercipta hubungan harmonis dalam masyarakat tersebut. Dalam kitab Durratun Nashihin disebutkan bahwa tegaknya dunia itu disebabkan karena empat hal. Pertama, ilmu para ulama<sup>49</sup>. Kedua, keadilan para pemimpin. Ketiga, kedermawanan orang-orang kaya. Keempat, keSabaran orang-orang miskin. Apabila empat hal ini bisa terealisasikan akan tercipta keamanan dan ketentraman dalam masyarakat tersebut. Tidak akan terjadi kecemburuan sosial yang menyebabkan rasa iri dan dengki.<sup>49</sup>

Adanya rasa iri dan dengki itu disebabkan karena tidak adanya tali ikatan yang kuat. Orang miskin tidak akan iri kepada orang kaya apabila orang kaya tersebut mau berbagi suka kepadanya. Kecemburuan sosial tidak akan pernah muncul jika antara si kaya dan si miskin mau saling mengenal, memahami dan saling membantu, dengan begitu sedekah bisa memperkuat tali hubungan dalam masyarakat dan keluarga.

### **c. Hal-hal yang Diperhatikan dalam Sedekah**

#### **1) Meluruskan niat, ikhlas bersedekah hanya untuk Allah**

Sedekah mempunyai banyak keutamaan, namun keutamaan tersebut hanya dijadikan sebagai pendorong untuk semangat bersedekah

---

<sup>49</sup> Abdullah Lam bin Ibrahim, *Fiqih Finansial* (Solo: Era Intermedia, 2005), 236

saja. Memberika sedekah harus dengan ikhlas semata-mata mengharap pahala dan keridaan Allah. Bersedekah karena pamer dan ingin mendapat pujian dari orang lain akan menjadikan sedekah itu sia-sia dan tidak berpahala.<sup>50</sup> Allah SWT berfirman :

﴿لَيْسَ عَلَيْكَ هُدْيُهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلِأَنْفُسِكُمْ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا لِأَبْغَاءِ وَجْهِ اللَّهِ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُوَفِّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ٢٧٢﴾

Artinya: *Bukanlah kewajibanmu menjadikan mereka mendapat petunjuk, akan tetapi Allah-lah yang memberi petunjuk (memberi taufiq) siapa yang dikehendaki-Nya. Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan allah), maka pahalanya itu untuk kamu sendiri. Dan janganlah kamu membelanjakan sesuatu melainkan karena mencari keridhaan Allah. Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan, niscaya kamu akan diberi pahalanya dengan cukup sedang kamu sedikitpun tidak akan dianiaya (dirugikan).*<sup>51</sup>

Dalam memberikan sedekah harus ada keikhlasan dalam hati. Orang yang ikhlas dalam bersedekah tidak mengharapkan imbalan dari orang yang diberi sedekah dengan imbalan yang lebih besar dan hanya mengharapkan ridha Allah semata. Allah SWT berfirman:

﴿وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَتَنْبِيئًا مِّنْ أَنْفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَآلَتْ أَكْلُهَا ضِعْفَيْنِ فَإِن لَّمْ يُصِيبْهَا وَابِلٌ فَطَلَّ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ﴾

<sup>50</sup> Abdullah Lam bin Ibrahim, *Fiqh Finansial*, 133

<sup>51</sup> Kementerian urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 243

۲۶۵ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا  
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ  
 بِرَّحِيمٍ ۲۶۷

Artinya : *Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran tinggi yang disiram oleh hujan lebat, maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. Jika hujan lebat tidak menyiraminya, maka hujan gerimis (pun memadai). Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu perbuat.*<sup>52</sup>

## 2) Sedekah dari sesuatu yang baik (thayyib)

Thayyib adalah sesuatu yang baik dan disukai. Lawan katanya adalah buruk dan dibenci. Allah memerintahkan untuk bersedekah dengan sesuatu yang baik dan melarang untuk memilih barang-barang yang sudah buruk untuk disedekahkan.<sup>53</sup> Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا  
 لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ  
 بِرَّحِيمٍ ۲۶۷

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan*

<sup>52</sup> Kementerian urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 249

<sup>53</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, Abdul Wahab Sayyid Hawwas, *Fiqih Ibadah* (Jakarta: Amzah, 2010), 424-425

*daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.<sup>54</sup>*

Dengan kata lain, bersedekahlah dari harta kekayaanmu yang masih baik dan jangan pilih barang yang sudah buruk untuk disedekahkan. Ini merupakan larangan membatasi sedekah hanya dengan barang yang sudah buruk. Yang dimaksud al-Khabis disini bukan barang yang haram, karena memang barang haram sama sekali tidak boleh disedekahkan. Menyedekahkan barang yang berkualitas rendah mengindikasikan kurang hormatan pemberi sedekah dengan orang yang disedekahi. Apa yang dicurahkan di jalan Allah dan demi meraih keridhaannya itulah yang kelak bakal diberikan kepadanya. Jadi, seorang muslim harus mengambil sedekah dari barang terbaik yang dimilikinya agar layak diterima. Bersedekah beberapa sen dan baju bekas yang sudah lusuh tidak dapat disebut sebagai bersedekah dengan barang berkualitas rendah, sebab yang dimaksud adalah barang yang berkualitas rendah berdasarkan 'urf (adat kebiasaan), misalnya gabah yang berkutu. Ibnu Hajar dan lainnya menyatakan bahwa sunnah hukumnya bersedekah dengan baju yang masih baru selama ia masih memiliki baju yang lain.<sup>55</sup>

### **3) Tidak menyebut-nyebut harta yang telah disedekahkan.**

Orang muslim yang kaya tidak boleh membanggakan diri dihadapan orang yang telah diberi sedekah, atau melakukan sesuatu yang

<sup>54</sup> Kementerian urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 250

<sup>55</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, Abdul Wahab Sayyid Hawwas, *Fiqih Ibadah*, 425.

menyakiti orang yang diberinya sedekah, karena tidak bersikap seperti itu merupakan salah satu syarat diterimanya infak seseorang.<sup>56</sup> Firman Allah SWT:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتْبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا مِنْهَا وَلَا أذى لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٢٦٢﴾ قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أذى وَاللَّهُ عِنْدَ عَلِيمٍ ۚ ٢٦٣

Artinya: *Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkalkannya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati. Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakiti (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.*<sup>57</sup>

Dalam ayat ini Allah memuji orang-orang yang berinfaq dijalannya, tidak menyebut-nyebut lagi infak yang telah diberikan kepada orang lain, tidak menyakiti si penerima, baik dengan kata-kata ataupun dengan perbuatan, dan tidak pula menyinggung dengan sesuatu yang tidak disukainya, karena semua itu bisa menghilangkan pahala kebaikan baginya.<sup>58</sup>

Diriwayatkan oleh Imam Muslim, Rasulullah SAW bersabda: ada tiga jenis orang yang tidak diajak bicara Allah pada hari kiamat,

<sup>56</sup> Abdullah Lam bin Ibrahim, *Fiqh Finansial*, 136.

<sup>57</sup> Kementerian urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 249

<sup>58</sup> Ibnu Kasir ad-Dimasyqi, *Tasir Ibnu Kasir* (Bandung: Sinar Algensindo, 2002), 206

tidak dilihatnya maupun disucikannya, dan bagi mereka siksa yang pedih. Abu Dzarr menukas, alangkah malang dan ruginya mereka, siapa gerangan mereka wahai Rasulullah? Beliau menjawab, orang yang menjulurkan kain bawahannya (sarungnya) melebihi mata kaki, orang yang suka mengungkit-ungkit pemberian dan orang yang menjual barang dengannya dengan sumpah palsu.<sup>59</sup>

#### d. Keutamaan sedekah

##### 1) Sedekah yang dirahasiakan

Menyembunyikan dan menutup-nutupi sedekahnya hingga tangan kirinya seolah-olah tidak mengetahui apa yang diberikan oleh tangan kanannya. Dengan bahasa lain, jika tangan kiri adalah seorang laki-laki yang sadar, tentu ia akan mengetahui apa yang diinfakkan tangan kanan. Ini merupakan bentuk hiperbolis dalam hal merahasiakan, sebab keutamaan sedekah secara sembunyi-sembunyi jauh melebihi sedekah yang diberikan secara terang-terangan didepan orang umum dan membantu menyempurnakan kebaikan dengan kebaikan yang lain.<sup>60</sup> Firman Allah :

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مَنْ سَبَقَكُمْ وَأَلَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ٢٧١

Artinya: *Jika kamu menampakkan sedekah(mu), maka itu adalah baik sekali. Dan jika kamu menyembunyikannya dan kamu berikan kepada orang-orang fakir, maka menyembunyikan itu lebih baik bagimu. Dan Allah akan menghapuskan dari kamu sebagian kesalahan-kesalahanmu; dan Allah*

<sup>59</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, Abdul Wahab Sayyid Hawwas, *Fiqih Ibadah*, 429.

<sup>60</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, Abdul Wahab Sayyid Hawwas, *Fiqih Ibadah*, 429

*mengetahui apa yang kamu kerjakan.*<sup>61</sup>

Jika memberikan sesuatu kepada orang yang membutuhkan secara sembunyi-sembunyi, maka itu adalah lebih utama dibandingkan dengan terang-terangan. Menampakkkan sedekah diperbolehkan selama dengan tujuan supaya dicontoh orang lain. Sedangkan menyembunyikan sedekah itu lebih baik dari menampakkannya, jika menampakkannya itu dapat menimbulkan riya pada diri si pemberi dan dapat pula menyakitkan hati orang yang diberi.<sup>62</sup>

## 2) Sedekah dalam keadaan sehat

Orang muslim harus segera berinfak dan bersedekah sebelum ajalnya datang dan kesempatannya hilang. Itu merupakan langkah pelestarian nikmat harta dan meraih pahala dari Allah SWT. Allah berfirman:

وَأَنْفِقُوا مِنْ مَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمْ الْمَوْتُ فَيَقُولَ  
رَبِّ لَوْلَا أَخَّرْتَنِي إِلَىٰ أَجَلٍ قَرِيبٍ فَأَصَّدَّقَ وَأَكُنْ مِنَ  
الصَّالِحِينَ ١٠

Artinya : *Dan belanjakanlah sebagian dari apa yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang kematian kepada salah seorang di antara kamu; lalu ia berkata: "Ya Rabb-ku, mengapa Engkau tidak menangguhkan (kematian)ku sampai waktu yang dekat, yang menyebabkan aku dapat bersedekah dan aku termasuk orang-orang yang saleh?"*<sup>63</sup>

Ayat ini menunjukkan bahwa orang yang memiliki harta benda hendaknya segera menginfakkannya, sebelum dia menyaksikan

<sup>61</sup> Kementerian urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 260

<sup>62</sup> Hasan Muhammad Ayyub, *Panduan Ibadah trj. Abdul Ghaffar, Arif Rahman hakim* (jakarta: Almahira, 2005), 546-547

<sup>63</sup> Kementerian urusan Agama Islam, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 575

tanda-tanda kematian, nafasnya sesak, infaknya terhalang dan hilang kesempatannya untuk diterima infaknya, sehingga dia pun menyesal, padahal sebelumnya dia telah diberi kesempatan untuk berinfak.<sup>64</sup>

#### 4. Pengertian Organisasi

Organisasi berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata organ yang berarti alat. Ilham Fami dalam bukunya yang berjudul *Perilaku Organisasi (Teori, Aplikasi, dan Status)* mendefinisikan organisasi adalah sebuah wadah multi peran yang didirikan dengan tujuan untuk mewujudkan keinginan berbagai pihak, juga untuk kepuasan pemilikinya.<sup>65</sup> Organisasi juga sering didefinisikan sebagai sekelompok manusia yang saling bekerja sama dalam rangka mencapai tujuan bersama. Berikut definisi organisasi dari beberapa ahli :

- 1) Stephen F. Robbins, mengatakan bahwa organisasi adalah unit sosial yang beranggotakan dua atau lebih banyak orang yang bekerja sama saling terkoordinasi dan memiliki pola kerja yang terstruktur untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditentukan sebelumnya untuk jangka waktu yang lama.
- 2) David Cherrington, mengatakan bahwa organisasi adalah sistem sosial yang beranggotakan sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu dengan memiliki pola kerja teratur.

Organisasi merupakan elemen yang pasti pernah kita kenal dalam kehidupan. Karena organisasi dibentuk oleh manusia yang bertujuan untuk mencapai hal tertentu yang tidak bisa dilakukan oleh individu tapi harus dengan sekelompok orang. Organisasi ditujukan untuk membantu masyarakat, membantu kelangsungan dan ilmu pengetahuan. Gareth Morgan mengatakan bahwa organisasi dipahami sebagai transformation, karena ia

---

<sup>64</sup> Az-Zamakhsyari, *Al - Kasyasyaf 'an Haqa'iqit Tanzil* (Beirut: Dar al-Fikr, tt), 103.

<sup>65</sup> Irham Fahmi, *Perilaku Organisasi Teori, Aplikasi, dan Kasus* (Bandung: Alfabeta, 2018), 2.

merasa menyukai dirinya yang berubah dan tumbuh dari informasi umpan balik dan kekuatan logika. Ia juga mengatakan bahwa organisasi merupakan *instrument of dominations*, yang mengundang kepentingan-kepentingan yang bersaing, dan sebagian diantaranya mendominasi yang lain. Teori ini menjelaskan tentang struktur dan fungsi organisasi yang menunjukkan pembangunan realitas sosial didalam organisasi. Dalam hal ini Gareth Morgan menangkap berbagai aspek organisasi dengan menguraikan berbagai metafora, yaitu : Pertama organisasi seperti mesin, bagian-bagian yang menghasilkan produk dan jasa. Kedua, organisasi lahir seperti tumbuhan atau hewan semacam organism, yang lahir dan tumbuh untuk beradaptasi pada perubahan-perubahan lingkungan sampai ia mati. Ketiga, organisasi sebagai brains, yang memproses informasi, memiliki intelegensia, mengonseptualisasi, dan membuat perencanaan. Keempat, organisasi merupakan *culture*, yang menciptakan dan memiliki nilai dan norma.<sup>66</sup>

Organisasi tercipta karena di dasari oleh suatu keputusan yang sengaja dibuat oleh seseorang ataupun sekelompok orang guna mencapai tujuan tertentu dan bekerja sama dengan disiplin baik dari sumber daya manusia maupun sumber daya material. Baik organisasi kecil maupun besar maka diperlukan kontrol, monitoring, dan koordinasi pada hubungan antara tujuan dengan tata cara dan hasil yang akan diperoleh. Organisasi selalu bekerja sama dengan sumber daya manusia dan sumber daya fisik dalam mekanisme kontrol, monitoring, dan koordinasi yang tersusun rapih guna tujuan dan terget yang hendak dicapai dapat terlaksanakan. Tujuan dari fungsi kontrol, monitoring, dan koordinasi agar sumber daya manusia dan material dapat diperhitungkan dan direncanakan guna menghadapi fluktuasi kondisi eksternal organisasi mendatang.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup>Musfialdy, “*Organisasi dan Komunikasi Organisasi*” (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim: Komunikasi Penyiaran Islam, 2016), 84.

<sup>67</sup> Ruddy Agusyanto, *Jaringan Sosial Dalam Organisasi* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2014), 38-39

## 5. Organisasi Berbagi Nasi Kudus

Berbagi nasi 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 kota 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 beratap langit, kepada para pekerja yang masih bekerja pada malam hari, dan sebagai latihan untuk para anggotanya mengasah naluri berbagi sedekah. Kegiatan ini terus menyebar melalui mulut ke mulut dan di ekspose di berbagai media baik media cetak maupun media elektronik, dan akhirnya berkembang sampai penjuru nusantara yang terjangkau dari Aceh sampai Sulawesi Utara.

Sebungkus nasi itu hanyalah alat perantara kita (disebut PejuangNasi 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. Setelah berjalannya waktu, ternyata banyak masalah masalah sosial yang terlihat dari bidang kesehatan, pendidikan, dan berusaha meningkatkan pendapatan orang-orang yang ada di dalam gerakan ini. Gerakan ini berjalan dengan harapan dapat bergerak lebih baik lagi dalam menyebarkan kebaikan dan bisa bermanfaat bagi sesama.

Organisasi Berbagi Satu Nusantara dibentuk setelah tepat 2 tahun berkegiatan di [www.berbaginasi.com](http://www.berbaginasi.com) yang digawangi oleh Founder dan Donatur tetap dari Bandung (Pionir) dan dari [www.berbaginasiJKT.com](http://www.berbaginasiJKT.com) yang berasal dari Jakarta. Harapan dari adanya yayasan ini adalah supaya bisa menjadi wadah untuk mempersatukan Indonesia dan akan terus bertambah. Selain itu pula supaya bisa memfasilitasi kegiatan berbagi nasi di seluruh Indonesia yang tujuannya adalah peningkatan kesejahteraan dibidang kesehatan, pendidikan, pelatihan,

dan pemberdayaan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Dan dengan adanya yayasan ini sebagai wadah silaturahmi untuk mengumpulkan, memberdayakan, menginspirasi, dan membuat kegiatan berbagi nasi bisa upgrade ke tingkat yang lebih tinggi.

Visi dan Misi “Membangun manusia Indonesia yang kompetitif didasari dari kasih dan sayang terhadap sesama dengan dasar gotong royong dan kekeluargaan.”<sup>68</sup>

## B. Kajian Terdahulu

Untuk melakukan penelitian karya ilmiah lebih lanjut, langkah selanjutnya adalah menelaah skripsi ataupun penelitian terlebih dahulu. Yang memiliki judul, objek, ataupun subjek yang hampir sama dengan apa yang akan peneliti teliti. Hal ini dilakukan guna mengetahui bahwa apa yang akan diteliti oleh peneliti tidak sama dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai bahan acuan, yaitu sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Penggalangan Dana Sosial Komunitas Laskar Sedekah melalui Omah Laskar Sedekah Yogyakarta. Dalam peneltiain ini terdapat persamaan dan perbedaan. Skripsi : Anindia Eka Puspitasari, NIM : 13210077, UIN Sunan Kalijaga. Dalam penelitian ini terfokus pada Komunitas Laskar Sedekah Yogyakarta tersebut merupakan pusat dari Laskar Sedekah seluruh Indonesia yang tersebar di 16 kota lain. Menariknya, Laskar Sedekah Yogyakarta mampu memberi jaminan sedekah 100% tanpa potongan biaya operasional bagi seluruh donatur yang bersedekah. Perbedaannya dengan penelitian kali ini adalah bentuk donasi tidak ada batasan berupa uang ataupun yang lainnya. Malah dalam penelitian Komunitas Berbagi Nasi Kudus ini para donatur bebas memberikan donasi baik berupa uang maupun nasi

---

<sup>68</sup>Buang, wawancara oleh penulis, 26 Oktober, 2019. Wawancara 1, transkrip.

- bungkus yang tidak di berikan batasan minimal atau maksimal jumlahnya.<sup>69</sup>
2. Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Ngider dalam Membangun Kesadaran Bersedekah di Jakarta. Skripsi : Putra Ahbar Alkautsar, NIM: 1112051000106, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam penelitian ini penulis membahas tentang bagaimana penulis membangun kesadaran bersedekah melalui komunitas yang disebut sedekah ngider dengan tujuan akhir adalah supaya masyarakat lebih mengerti bahwa beramal bukan hanya soal jumlah melainkan sebagai sarana meningkatkan keimanan kepada Allah. Perbedaannya dengan kajian yang akan diteliti penulis hanyalah pada obyek penelitiannya saja adapun strategi komunikasi yang digunakan tidak jauh berbeda dengan kajian yang akan diteliti oleh penulis.<sup>70</sup>
  3. Strategi Komunikasi *Customer Relationship Management* Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur. Skripsi : Danang Budi Utomo, NIM : 108051000016, UIN Syarif Hidayatullah. Penelitian ini terfokus pada bagaimana strategi komunikasi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam menjaga loyalitas donatur. Sejauh mana perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi komunikasi departemen *Customer Relationship Management* Dompot Dhuafa dalam menjaga loyalitas donaturnya, dan untuk mengetahui analisa perkembangan Dompot Dhuafa setelah menerapkan strategi komunikasi dalam menjaga loyalitas donatur tersebut.<sup>71</sup> Dalam penelitian tersebut memiliki kesamaan penelitian yaitu pada strategi komunikasi

---

<sup>69</sup>Anindia Eka Puspitasari, *Strategi Komunikasi Penggalangan Dana Sosial Komunitas Laskar Sedekah melalui Omah Laskar Sedekah Yogyakarta*” (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga)

<sup>70</sup>Putra Ahbar Alkautsar, “*Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Ngider dalam Membangun Kesadaran Bersedekah di Jakarta*”(Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

<sup>71</sup>Danang Budi Utomo, *Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur* (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2014). i.

yang membedakannya adalah fokus penelitian yang digunakan oleh Danang Budi Utomo adalah strategi untuk menjaga loyalitas para donatur di Lembaga Zakat. Sedangkan pada penelitian ini adalah berfokus pada strategi komunikasi untuk mensosialisasikan program sedekah yang ada pada Organisasi Berbagi Nasi Kudus untuk menarik minat sedekah masyarakat Kudus bersedekah.

### C. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini penulis memfokuskan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yakni segala upaya strategi komunikasi yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Yang dimana tujuannya adalah mensosialisasikan organisasi Berbagi Nasikepada masyarakat sekitar Kudus untuk bersedekah menyelamatkan kehidupan fakir miskin, anak yatim, para pengemis, pemulung dan peminta-minta yang berada di jalanan. Karena sekarang ini, masyarakat kurang peduli terhadap terhadap lingkungan sekitar. Mereka menganggap harta yang mereka miliki seolah-olah tidak ada campur tangan Allah SWT di dalamnya, menganggap apa yang mereka miliki adalah hasil jerih payahnya sendiri. Sehingga mereka tidak peduli dan acuh tak acuh pada mereka yang mengalami kesusahan, dan hidup *individualis*. Maka dari itu, untuk melatih dan membentuk kepekaan jiwa dan rasa peduli maka perlu strategi untuk mensosialisasikan program sedekah ini kepada masyarakat sekitar Kudus.

Sosialisasi merupakan suatu proses pengenalan sebuah nilai yang ada dalam suatu kelompok masyarakat. Maka dalam kegiatannya sosialisasi ini pasti menggunakan komunikasi. Komunikasi ini lah yang menentukan berhasil atau tidaknya tujuan tersebut. Berlo dengan model komunikasi SMCR, mengemukakan bahwa sumber adalah suatu pihak yang menciptakan pesan, baik untuk perorangan maupun kelompok. Pesan tersebut merupakan suatu terjemahan suatu gagasan menjadi bentuk kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat. Saluran adalah media yang membawa pesan tersebut. Dan Penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi dari sumber tersebut. Model yang diciptakan oleh David K. Berlo ini adalah tidak hanya

terbatas pada komunikasi publik atau komunikasi massa saja, namun juga menggunakan komunikasi antarpribadi dan berbagai bentuk komunikasi tertulis. diciptakan berfungsi untuk melukiskan proses komunikasi dan membantu dalam menemukan dan memperbaiki hambatan dalam komunikasi.<sup>72</sup>



<sup>72</sup>Taruna Lelana Jagat Bana, “Model Komunikasiorganisasidan Kinerja Pegawai (Study Kasus Pada Media Online Liputan Banten)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2017). 36.