

**STRATEGI KOMUNIKASI UNIT PENGUMPUL ZAKAT (UPZ) DALAM
PENGUMPULAN ZAKAT DI DESA GARECCING KECAMATAN
SINJAI SELATAN KABUPATEN SINJAI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam (S. Sos.)

Oleh:
AZIZAH AZZAHRA
NIM. 190208003

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM (KPI)
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI
TAHUN 2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI UNIT PENGUMPUL ZAKAT (UPZ) DALAM
PENGUMPULAN ZAKAT DI DESA GARECCING KECAMATAN
SINJAI SELATAN KABUPATEN SINJAI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam (S. Sos.)

Oleh:
AZIZAH AZZAHRA
NIM. 190208003

Pembimbing:
1. Dr. Firdaus, M.Ag
2. Muhlis, S.Kom.I., M.Sos.I

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM (KPI)
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI
TAHUN 2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Azizah Azzahra
Nim : 190208003
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan hasil plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Sinjai, 06 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Azizah Azzahra
NIM: 190208003

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul, Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat Di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai yang ditulis oleh Azizah Azzahra Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 190208003, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 3 Agustus 2023 M bertepatan dengan 16 Muharram 1445 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag. Ketua (.....)

Dr. Suriati, M.Sos.I. Sekretaris (.....)

Dr. Muh. Anis., M.Hum. Penguji I (.....)

Dr. Muh. Judrah., M.Pd.I. Penguji II (.....)

Dr. Firdaus., M.Ag. Pembimbing I (.....)

Muhlis, S.Kom.I., M.Sos.I. Pembimbing II (.....)

Mengetahui:
Dekan FUKIS UIAD,



Dr. Suriati, M.Sos.I.
NBM. 948500

ABSTRAK

Azizah Azzahra, *Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat Di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai*. Skripsi. Sinjai: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai, 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat Di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai. (2) Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat Di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Unit Pengumpul Zakat (UPZ). Objek penelitian adalah Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat. Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan, (1) Strategi komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Desa Gareccing dalam pengumpulan zakat, yaitu: mengenal khalayak, penyusunan pesan, menentukan metode, pemilihan media komunikasi, peranan komunikator. (2) Faktor Pendukung dan Penghambat Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai. Faktor pendukung yaitu: menjalin kerja sama dengan pengurus atau imam masjid, adanya panduan dan arahan dari BAZNAS Kabupaten Sinjai, dan mendapat perhatian dari Pemerintah Desa. Sedangkan faktor penghambat Unit Pengumpul Zakat dalam pengumpulan zakat yaitu, masih ada beberapa masyarakat yang membayar zakat tidak melalui UPZ melainkan langsung kepada mustahik, kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat, dan tidak adanya media sosial khusus yang digunakan UPZ dalam mensosialisasikan zakat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Unit Pengumpul Zakat, Zakat

ABSTRACT

Azizah Azzahra. *The Communication Strategy of Zakat Collection Unit (UPZ) in Zakat Collection in Gareccing Village, South Sinjai District, Sinjai Regency.* Thesis. Sinjai: Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Ushuluddin and Islamic Communication, Islamic University of Ahmad Dahlan Sinjai, 2023.

This study aims to determine: (1) the communication strategy of Zakat Collection Unit (UPZ) in zakat collection in Gareccing Village, South Sinjai District, Sinjai Regency, (2) the supporting and inhibiting factors of communication strategy faced by Zakat Collection Unit (UPZ) in zakat collection in Gareccing Village, South Sinjai District, Sinjai Regency.

This research is a descriptive research with a qualitative approach. The subject of this research is the Zakat Collection Unit (UPZ). The object of research is the communication strategy of Zakat Collection Unit (UPZ) in zakat collection. The data collection techniques are interviews, observation, and documentation. The data analysis techniques are data collection, data reduction, data presentation, and conclusions/verification.

The results of the study showed, (1) the communication strategy of the Zakat Collection Unit (UPZ) of Gareccing Village in collecting zakat are knowing the audience, compiling messages, determining methods, selecting communication media, the role of communicators. (2) The supporting factors faced by Zakat Collection Unit (UPZ) in Collecting Zakat in Gareccing Village, South Sinjai District, Sinjai Regency are establishing cooperation with mosque administrators or imams, having guidance and direction from BAZNAS Sinjai Regency, and receiving attention from the village government. Meanwhile, the inhibiting factors of the Zakat Collection Unit in collecting zakat include there are still some people who pay zakat not through UPZ but directly to *mustahik*, lack of understanding and awareness of the community, and the absence of special social media used by UPZ in socializing zakat.

Keywords: Communication Strategy, Zakat Collection Unit, Zakat

مستخلص البحث

عزيزة الزهرة. استراتيجية الاتصال لوحدة جمع الزكاة في جمع الزكاة في قرية جارسينغ، مقاطعة جنوب سنجاي، مقاطعة سنجائي. الرسالة العلمية. سنجائي: قسم الاتصال والإذاعة الإسلامية، كلية أصول الدين والاتصال الإسلامي، جامعة أحمد دحلان الإسلامية سنجائي، ٢٠٢٣.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد: (١) استراتيجية الاتصال لوحدة جمع الزكاة في جمع الزكاة في قرية جارسينغ، مقاطعة سنجائي الجنوبية، مقاطعة سنجائي، (٢) العوامل الداعمة والمثبطة لاستراتيجية الاتصال التي تواجهها وحدة جمع الزكاة في جمع الزكاة في قرية جارسينغ، مقاطعة سنجائي الجنوبية، مقاطعة سنجائي.

هذا البحث هو بحث وصفي بمنهج نوعي. موضوع هذا البحث هو وحدة جمع الزكاة. هدف البحث هو استراتيجية الاتصال لوحدة جمع الزكاة في جمع الزكاة. تقنيات جمع البيانات هي المقابلات والملاحظة والتوثيق. تقنيات تحليل البيانات هي جمع البيانات واختزال البيانات وعرض البيانات والاستنتاجات / التحقق. أظهرت نتائج الدراسة، (١) أن استراتيجية الاتصال لوحدة جمع الزكاة في قرية جارسينغ في جمع الزكاة هي معرفة الجمهور وتجميع الرسائل وتحديد الأساليب واختيار وسائل الاتصال ودور القائمين على الاتصال. (٢) العوامل الداعمة التي تواجه وحدة جمع الزكاة في جمع الزكاة في قرية جارسينغ، مقاطعة سنجائي الجنوبية، مقاطعة سنجائي هي إقامة التعاون مع مديري المساجد أو الأئمة، والحصول على التوجيه والإرشاد من الوكالة الوطنية لتحصيل الزكاة، منطقة سنجائي، وتلقي الاهتمام من حكومة القرية. وفي الوقت نفسه، تشمل العوامل المثبطة لوحدة جمع الزكاة في جمع الزكاة وجود بعض الأشخاص الذين لا يدفعون الزكاة من خلال وحدة جمع الزكاة ولكن مباشرة للمستحاك، ونقص الفهم والوعي لدى المجتمع، وغياب وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة التي تستخدمها وحدة جمع الزكاة في الترويج للزكاة.

الكلمات الأساسية: استراتيجية الاتصال، وحدة تحصيل الزكاة، الزكاة

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدًا
وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَخْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ.

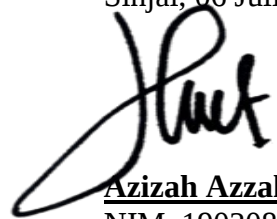
Dalam penyusunan laporan ini penulis banyak menemukan kendala tetapi dengan adanya bantuan dan arahan dari para pembimbing maka penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta saya Muhammad Akbar dan Almarhumah Sukmawati, yang telah mendidik, selalu mendoakan, memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis;
2. Bapak Dr. Firdaus, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
3. Bapak Dr. Ismail, M.Pd. Selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
4. Bapak Dr. Rahmatullah, M.A. Selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
5. Bapak Dr. Muh. Anis, M.Hum. Selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
6. Ibu Suriati, S.Ag., M.Sos.I. Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
7. Bapak Dr. Firdaus, M.Ag. Selaku Pembimbing I dan Bapak Muhlis, S.Kom.I., M.Sos.I. Selaku Pembimbing II;
8. Ibu Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I. Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
9. Seluruh Dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;

10. Seluruh Pegawai dan Jajaran Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai yang telah membantu kelancaran Akademik;
11. Kepala dan Staff Perpustakaan Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
12. Teman-teman mahasiswa Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis selesai studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT., dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Sinjai, 06 Juli 2023



Azizah Azzahra
NIM. 190208003

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	7
1. Komunikasi.....	7
2. Definisi Strategi.....	9
3. Strategi Komunikasi	11
B. Tinjauan Tentang Unit Pengumpul Zakat.....	16
C. Pengumpulan Zakat	17
1. Definisi Pengumpulan	17
2. Zakat	17
D. Hasil Penelitian Yang Relevan	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
B. Definisi Operasional	28
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	29

E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Instrumen Penelitian	31
G. Keabsahan Data	32
H. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	35
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
1. Profil Desa Gareccing.....	35
2. Sejarah Berdirinya Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing	36
3. Visi dan Misi Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing	37
4. Struktur Organisasi Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing	38
5. Tugas dan Fungsi Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing.....	38
6. Data Pengumpulan Zakat UPZ.....	39
B. Hasil dan Pembahasan Penelitian	41
1. Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam Pengumpulan Zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai	41
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam Pengumpulan Zakat Di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai	49
BAB V PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zakat merupakan salah satu pilar (rukun) dari lima pilar yang membentuk Islam. Zakat adalah ibadah *maaliyah ijtimai'iyah* yang memiliki posisi yang strategis dan menentukan bagi pembangunan kesejahteraan umat. Zakat tidak hanya berfungsi sebagai suatu ibadah yang bersifat vertical kepada Allah (*hablumminallah*), namun zakat juga berfungsi sebagai wujud ibadah yang bersifat horizontal (*hablumminannas*) (Nurul Huda dkk, 2015).

Zakat bukan sesuatu yang baru dalam pandangan Islam. Orang-orang Islam sangat mempercayai dan meyakini bahwa zakat merupakan salah satu dari pilar agama Islam. Kebanyakan orang Islampun berkeyakinan bahwa zakat mempunyai peran yang sangat penting dalam pemberdayaan ekonomi umat. Pemberdayaan ekonomi ummat Islam melalui pelaksanaan ibadah zakat masih banyak menemui hambatan yang bersumber terutama dari kalangan Umat Islam itu sendiri.

Kesadaran pelaksanaan membayar zakat masih belum diikuti dengan tingkat pemahaman terhadap ibadah zakat itu sendiri, khususnya jika dibandingkan dengan ibadah wajib lainnya seperti sholat dan puasa. Kurangnya pemahaman terhadap jenis harta yang wajib dikeluarkan zakatnya dan mekanisme pembayaran yang telah diatur oleh syariat Islam menyebabkan pelaksanaan ibadah zakat menjadi sangat tergantung pada masing-masing individu. Hal tersebut pada akhirnya mempengaruhi perkembangan institusi zakat, yang seharusnya memegang peranan penting dalam pembudayaan ibadah zakat secara kolektif agar pelaksanaan ibadah zakat menjadi lebih efektif dan efisien. Berdasarkan kondisi tersebut, maka pemasyarakat ibadah zakat yang diatur oleh syariat Islam perlu ditingkatkan (Rofifah, 2019).

Masalah kemiskinan merupakan masalah perekonomian dan sosial yang dapat menimpa semua manusia. Satu hal penting yang perlu ditegaskan disini, bahwa perintah untuk menolong, membantu, mengasihi dan memberdayakan kaum fakir miskin tiak berarti bahwa Islam mendorong umatnya untuk menjadi miskin. Apalagi terdapat sebuah pandangan yang mengatakan bahwa kemiskinan adalah sarana penyucian diri, dan pandangan ini bahkan masih dianut oleh sebagian masyarakat hingga kini. Fakir sebagai orang yang sengaja membuat dirinya menderita kekurangan untuk mencapai kesempurnaan batin. Yang ditemukan dalam ajaran Islam justru perintah untuk memberantas kemiskinan baik yang bersifat persuasif dengan membreikan zakat, infaq, dan sedekah kepada fakir miskin maupun preventif dengan berusaha dan kerja keras. Lebih dari itu, dalam konteks penjelasan pandangan Al-Qur'an tentang kemiskinan ditemukan sekian banyak ayat-ayat yang memerintahkan untuk bekerja, memuji kecukupan, bahkan Al-Qur'an menganjurkan untuk memperoleh kelebihan (Saputra, 2019).

وَاتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا

Terjemahannya:

Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (QS. Al-Isra 26)

Pengelolaan zakat di Indonesia diatur dalam Undang-undang nomor 23 tahun 2011 amandemen Undang-undang nomor 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat. Organisasi pengelolaan zakat di Indonesia ada dua, Badan Amil Zakat Nasional yang dibentuk oleh pemerintah dan Lembaga Amil Zakat Nasional yang dibentuk oleh masyarakat dengan pengesahan dari pemerintah, keduanya mempunyai tugas pokok mengumpulkan, mendistribusikan dan mendayagunakan zakat sesuai dengan ketentuan agama (Rosadi, 2020).

BAZNAS dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, dapat membentuk UPZ (Unit Pengumpul Zakat) pada instansi-instansi pemerintah, badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, perusahaan swasta, dan perwakilan Republik Indonesia di luar negeri, serta dapat membentuk UPZ pada tingkat kecamatan, kelurahan atau atas nama lainnya, dan yang bertugas membantu mengumpulkan zakat (Murtani & Mulia, 2016).

Salah satu hal yang dapat menunjang peran BAZNAS dalam menjalankan tugasnya yaitu dalam melaksanakan amanah Undang-undang adalah optimalisasi komponen organisasi sampai tingkat terbawah yaitu Unit Pengumpul Zakat (UPZ). UPZ dapat dijadikan sebagai salah satu unit yang strategis dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi BAZNAS. UPZ dapat dibentuk di lingkungan masyarakat seperti halnya yang sudah banyak terbentuk dan juga dapat dibentuk pada instansi pemerintah maupun swasta. Optimalisasi UPZ dalam mengimplementasikan Undang-undang nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat perlu mendapatkan pemikiran yang komprehensif dalam pelaksanaannya di lapangan. Hal ini menarik untuk dikaji secara serius, baik oleh akademisi maupun oleh praktisi. Karena, interkoneksi antara zakat dengan kehidupan sosial, dan interkoneksi peran BAZNAS dengan pengelolaan zakat di Indonesia, bisa memberikan solusi alternatif untuk meningkatkan daya transformasi zakat dan bagi terciptanya percepatan pertumbuhan ekonomi muslim Indonesia (Mustahal & Kelib, 2017).

UPZ yang menjadi salah satu organisasi pengumpul zakat diharapkan mampu menjadi tangan panjang dari BAZNAS, UPZ memiliki peran penting dalam hal pengelolaan zakat di tingkat terendah sehingga UPZ ini menjadi salah satu faktor penentu berjalan atau tidaknya pengelolaan zakat oleh BAZNAS (Mustahal & Kelib, 2017).

Permasalahan - permasalahan yang terjadi dalam suatu organisasi yang ada hubungannya dengan masyarakat seperti UPZ, sangat penting menerapkan strategi komunikasi untuk memperbaiki sistem informasi pada bagian internal

maupun eksternal organisasi. Hal ini dikarenakan strategi komunikasi merupakan suatu sistem yang sentral dalam keberhasilan proses komunikasi. Dalam kelembagaan atau organisasi strategi komunikasi merupakan tubuh organisasi yang berarti sangatlah penting untuk memilikinya dalam sebuah organisasi agar mencapai keberhasilan dan kesuksesan, terlebih dalam organisasi yang berhubungan langsung dengan masyarakat seperti halnya UPZ di Desa Gareccing.

Semenjak dibentuk pada tahun 2021, Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing sangatlah aktif dalam mengumpulkan zakat, baik itu dalam kegiatan mensosialisasikan zakat yang dilakukan di seluruh Masjid desa Gareccing pada saat bulan Ramadhan, atau melalui media sosial. Selain itu, UPZ Gareccing juga selalu turut membantu BAZNAS Kabupaten Sinjai dalam menyalurkan bantuan kepada para mustahik.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti untuk meningkatkan penerimaan zakat di Desa Gareccing bukanlah suatu hal yang mudah, karena beberapa masyarakat masih ada yang menyalurkan zakatnya sendiri langsung kepada mustahik. Oleh karena itu, UPZ harus menunjukkan eksistensinya sebagai organisasi amil zakat yang profesional, amanah, dan memiliki program-program yang tepat dan sesuai syariat Islam. Sehingga semua masyarakat di Desa Gareccing bisa menyerahkan zakatnya melalui UPZ sebagai amil zakat yang dapat menyalurkan zakat kepada orang yang berhak menerimanya sesuai dengan petunjuk al-Qur'an.

Strategi merupakan suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Akan tetapi untuk mencapai sebuah tujuan, strategi tidak hanya sebagai petunjuk arah saja, melainkan mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah

ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2017).

Karena UPZ merupakan salah satu unit yang dapat menjalankan tugas pokok dan fungsi BAZNAS, maka sangatlah membutuhkan rencana strategis yang ada kaitannya dengan strategi komunikasi yang akan menggambarkan secara jelas hal apa saja yang harus dilaksanakan sehingga apa yang diinginkan bisa tercapai dengan efektif.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat Di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai”.

B. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan penelitian ini, maka peneliti membatasi permasalahan penelitian dalam hal sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi.
2. Unit Pengumpul Zakat (UPZ).
3. Pengumpulan Zakat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas penulis menguraikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan penulis dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memudahkan dalam menemukan dan menentukan strategi komunikasi yang cocok.
 - b. Mengetahui apa saja fungsi dan kegiatan dari UPZ.
 - c. Menginformasikan pentingnya melakukan Zakat.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai syarat dalam menyusun skripsi.
 - b. Sebagai syarat menyelesaikan studi di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - c. Sebagai tugas akhir perkuliahan dan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
 - d. Bagi para peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu relevansi dan studi perbandingan untuk melakukan penelitian berikutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

1. Komunikasi

a. Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communis* yang artinya membangun kebersamaan antar dua orang atau lebih, komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi.

Berikut beberapa definisi komunikasi menurut para ahli:

- 1) Definisi menurut Hovland, Janis, dan Kelley 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. pada definisi ini mereka men ganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal.
- 2) Definisi menurut William J. Seller (1988) memberikan definisi komunikasi yang lebih bersifat universal. Dia mengatakan komunikasi adalah proses dengan mana *symbol* verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima, dan diberi arti.
- 3) Definisi menurut Brent D. Ruben (1988) memberikan definisi mengenai komunikasi manusia yang lebih komprehensif sebagai berikut: Komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dengan orang lain (Adittia et al., 2021).

Dari ketiga pengertian yang dikemukakan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses mengirim stimulus baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi untuk mempengaruhi seseorang.

b. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam prosesnya komunikasi terdiri dari unsur-unsur, yaitu:

1) *Source*

Source atau sumber merupakan suatu hal yang ada dalam benak seseorang, baik berupa ide, gagasan, pemikiran, kejadian, pengetahuan dan lain-lain, yang berupa hasil dari persepsi (pantauan dan pemaknaan indra kepada yang ada disekelilingnya), yang kemudian disimpan dalam kotak hitam dikepala, yang disebut dengan ideasi.

2) *Komunikator*

Komunikator adalah orang yang pertama kali menyampaikan pesan. *Encoder* adalah istilah lain yang mempunyai pengertian yang sama dengan komunikator. *Encoder* dalam menyampaikan pesan mempunyai sifat *Encoding*, yaitu suatu usaha komunikator dalam menafsirkan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, agar komunikan dapat memahaminya yang mempunyai pengertian yang sama dengan komunikator. *Encoder* dalam menyampaikan pesan mempunyai sifat *Encoding*, yaitu suatu usaha komunikator dalam menafsirkan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, agar komunikan dapat memahaminya.

3) *Message*

Message adalah pesan, baik berupa kata-kata, lambang-lambang, isyarat, tanda-tanda atau gambar yang disampaikan. Pesan merupakan keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan memiliki inti pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.

4) Komunikan

Komunikan adalah orang yang menerima pesan. *Decoder* merupakan istilah lain yang mempunyai arti sama dengan komunikan. *Decoder* mempunyai sifat *decoding*, yaitu suatu usaha komunikan dalam menafsirkan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

5) *Destination*

Destination adalah tujuan yang ingin dicapai pada proses komunikasi.

6) Medium

Medium merupakan alat yang digunakan dalam berkomunikasi, agar hasil komunikasi dapat mencapai sasaran yang lebih banyak dan luas. Media ada yang bersifat nirmasa yaitu seperti telepon, *hand phone* dan lain-lain, dan ada juga yang bersifat media massa, seperti TV, koran (*pers*), radio dan film.

7) *Feed back*

Feed back atau umpan balik adalah tanggapan, jawaban, respon komunikan terhadap komunikator, yang menunjukkan bahwa komunikasi dapat diterima dan berjalan.

8) Efek

Efek adalah suatu perubahan yang terjadi pada pihak komunikan sebagai akibat dari pesan yang diterima melalui komunikasi. Efek dapat bersifat kognitif yang meliputi pengetahuan, juga bersifat afektif yang meliputi perasaan emosi, dan bisa juga bersifat konatif yang merupakan tindakan (Aditya, 2019).

2. Definisi Strategi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Strategi dapat diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejadian atau

peristiwa. Secara umum sering dikemukakan bahwa strategi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan (Adittia et al., 2021).

Strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah taktik untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam mencapai suatu maksud. Jadi strategi adalah rangkaian keputusan dan tindakan untuk mencapai suatu maksud dalam pencapaian tujuan organisasi. Sebelum strategi ditetapkan, para pelaku strategi harus mengetahui arah tujuan yang ingin dicapai sebagai landasan awal dalam perencanaan strategi yang tepat dan relevan dengan visi misi dan tujuan organisasi. Pimpinan organisasi sebagai seorang yang memiliki otoritas tertinggi. Semua kendali, wewenang, kebijakan dan keputusan dimiliki oleh pemimpin. Profesionalisme dalam menempatkan sumber daya yang tepat untuk mencapai tujuan dengan strategi, sistem, dan struktur yang jelas dapat membantu untuk mencapai tujuan. Pentingnya strategi bagi organisasi sebagai proses pencapaian tujuan memerlukan perhatian dari seluruh aspek individu yang memiliki kedudukan sebagai pelaku strategi.

Menurut Siagian, (1986:110), bahwa strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan implementasi oleh seluruh jajaran atau organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Menurut Kotler strategi adalah wujud rencana yang terarah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan menurut Swasta strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Strategi juga di definisikan sebagai suatu proses yang menentukan arah yang perlu dituju oleh organisasi untuk memenuhi misinya (Nurarafah, 2021).

Strategi adalah penghubung antara kebijakan dengan sasaran. Strategi merupakan suatu perencanaan atau penentuan tindakan-tindakan yang spesifik dalam kurun waktu tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

3. Strategi Komunikasi

a. Definisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy O. U., 2004). Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi (Muthmainnah, 2021).

Berikut beberapa definisi strategi komunikasi menurut para ahli yaitu:

- 1) Definisi menurut Middleton dalam Dewi Suratiningsih dan Suci Lukitowati (2020) mengemukakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.
- 2) Definisi Salusu dalam (Rasyid 2018) mengemukakan bahwa strategi lebih ditekankan pada hubungan yang efektif antara seseorang atau organisasi dengan lingkungan, sehingga strategi didefinisikan sebagai suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya untuk mencapai sasaran melalui hubungan efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang menguntungkan.
- 3) Definisi menurut Ronald D. Smith dalam (Yulinda Erlistyarini, 2018: 3) mengemukakan ada empat tahap strategi komunikasi yang pertama *Research*, kedua *Objectives*, ketiga *Programming*, keempat *evaluation* yang harus dilakukan secara berkala, strategi ini diterapkan pada lingkungan tertentu yang melibatkan organisasi tersebut dan *public* yang berbeda hubungan dengan organisasi baik secara langsung maupun secara tidak langsung (Adittia et al., 2021).

Dari definisi menurut para ahli diatas dapat disimpulkan strategi komunikasi adalah suatu perencanaan komunikasi atau manajemen komunikasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan.

Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus menampilkan operasionalnya secara taktis, dalam arti pendekatan bisa berubah sewaktu waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Dalam strategi komunikasi ketika kita sudah memahami sifat komunikan, dan memahami efek yang ditimbulkan dari mereka, maka sangatlah penting dalam memilih cara apa yang baik untuk berkomunikasi, karena ini berkaitan dengan media apa yang akan kita gunakan (Muthmainnah, 2021).

b. Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Dalam teori yang diungkapkan Laswell terdapat lima faktor penting yang harus diperhatikan dalam menentukan langkah-langkah strategi komunikasi. Hal tersebut diperkuat dengan apa yang dikemukakan Anwar Arifn (2006) dalam bukunya yang berjudul “*Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*” yaitu:

1) Mengenal Khalayak.

Untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Untuk mempersamakan kepentingan tersebut maka komunikator harus mengerti dan memahami pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman lapangan (*field of experience*) khalayak secara tepat dan seksama. Hal pertama yang harus dimengerti dari khalayak adalah kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak (Muthmainnah, 2021).

2) Menyusun Pesan

Yaitu mementukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian, awal efektivitas dalam komunikasi ialah

bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan yang disampaikan (Nurarafah, 2021).

3) Menetapkan Metode

Dalam menentukan metode, penyampaian pesan dapat dilihat dari dua aspek yaitu, dengan cara pelaksanaannya dan bentuk isinya. Menurut Anwar Arifin ia mengemukakan metode komunikasi yang efektif dalam strategi komunikasi yaitu:

- a) *Redundancy* (repetition) yaitu mengulang pesan sedikit demi sedikit, seperti yang dilakukan dalam propaganda. Metode ini ampuh untuk mendapatkan perhatian khalayak dan mudah diingat oleh khalayak ramai.
- b) *Canalizing* yaitu komunikator berusaha memahami dahulu soal komunikasi seperti kerangka referensi dan bidang pengalaman komunikasi, kemudian menyusun pesan dan metode yang sesuai dengan hal itu. Agar tujuan pesan yang disampaikan dapat diterima terlebih dahulu, kemudian dilakukan perubahan sesuai dengan keinginan komunikator.
- c) Informatif yaitu penyampaian pesan sesuai dengan fakta dan data agar komunikasi dapat menilai, menimbang dan mengambil keputusan atau dasar pemikiran yang sehat.
- d) *Persuasive*, yaitu mempengaruhi komunikasi dengan cara membujuk. Maksudnya komunikasi tidak diberi kesempatan untuk berpikir kritis dan akan terpengaruhi tanpa disadari.
- e) *Edukatif Method*, yaitu pesan yang akan disampaikan bersifat mendidik yakni memberikan suatu ide atau gagasan kepada khalayak berdasarkan fakta, pendapat dan pengalaman dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.
- f) *Cursive Method*, yaitu pesan yang disampaikan dengan cara pemaksaan yang mengandung ancaman, pemaksaan dan intimidasi

kepada khalayak. Metode ini dibentuk dalam sebuah peraturan yang dibelakangnya berdiri kekuatan yang cukup tangguh.(Adittia et al., 2021).

4) Pemilihan Media Komunikasi.

Kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri (Nurarafah, 2021).

5) Peranan Komunikator

Fungsi komunikator adalah mengutarakan dan perasaannya dalam bentuk suatu pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu dan berubah sikap, pendapat, atau prilakunya. Komunikan dapat mengkaji dan memperhatikan seorang komunikator yang akan menyampaikan pesan atau informasi. Jika komunikator menyampaikan pesan tidak sesuai apa yang diutarakannya, maka proses komunikasi tidak sesuai dengan apa yang di harapkan (Adittia et al., 2021).

c. Hambatan Strategi Komunikasi

Menurut (Ruslan, 2003) terdapat empat jenis hambatan yang dapat mengganggu strategi komunikasi yaitu ;

1) Hambatan dalam proses penyampaian (*process barrier*)

Hambatan ini bisa datang dari pihak komunikator (*sender barrier*) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, tidak menguasai materi pesan, dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri

komunikasikan. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan faktor-faktor, *feedbacknya* (hasil tidak tercapai), *medium barrier* (media atau alat dipergunakan kurang tepat) dan *decoding barrier* (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).

2) Hambatan secara fisik (*physical barrier*)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem pengeras suara (*sound system*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah, seminar, pertemuan, dll. Hal ini dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikannya.

3) Hambatan semantik (*semantik barrier*).

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

4) Hambatan psiko-sosial (*psychosocial barrier*)

Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan-harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda. Misalnya, seorang komunikator (pembicara) menyampaikan kata momok yang dalam kamus besar bahasa Indonesia sudah benar. Nyatanya kata tersebut dalam bahasa sunda berkonotasi karang baik. Jika kata tersebut diucapkan pada pidato/kata sambutan dalam sebuah acara formal yang dihadiri para pejabat, tokoh dan sesepuh masyarakat sunda, maka citra

yang bersangkutan (komunikator) dapat turun karena adanya salah pengertian bahasa (Muthmainnah, 2021).

B. Tinjauan Tentang Unit Pengumpul Zakat

Berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI Nomor 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999, menjelaskan bahwa untuk memudahkan pelayanan kepada masyarakat dibentuk Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) yaitu, suatu organisasi yang dibentuk oleh BAZ di semua tingkatan dengan tugas untuk melayani muzakki yang menyerahkan zakatnya. Pembentukan UPZ ini dilakukan pada instansi/lembaga pemerintahan dan perusahaan swasta di semua tingkatan. Sedangkan UPZ adalah melakukan untuk pengumpulan zakat, infaq, sahdaqah, hibah, wasiat, waris dan kafarat di unit masing-masing dengan menggunakan formulir yang dibuat oleh BAZ dan menyetorkan hasilnya kepada bagian pengelolaan Badan Pelaksana BAZ (Dono, 2018b).

Unit Pengumpul Zakat (UPZ) merupakan organisasi yang dibentuk oleh BAZNAS dengan tujuan membantu tugas BAZNAS dalam mengumpulkan zakat dan apabila diperlukan UPZ dapat membantu penyaluran zakat berdasarkan kewenangan dari BAZNAS. Pembentukan UPZ dilakukan melalui keputusan Ketua BAZNAS (Provinsi, atau Kabupaten/Kota).

Berdasarkan Keputusan Ketua Badan Amil Zakat Nasional Nomor 25 Tahun 2018 tentang Pedoman Pengelolaan Unit Pengumpul Zakat Badan Amil Zakat Nasional, menjelaskan bahwa dalam melaksanakan tugas membantu BAZNAS Provinsi atau Kabupaten/Kota, UPZ memiliki fungsi:

1. Sosialisasi dan edukasi zakat pada masing-masing institusi yang menaungi UPZ;
2. Pendataan dan layanan muzaki pada masing-masing institusi yang menaungi UPZ;
3. Pendataan mustahik yang menerima penyaluran zakat;
4. Penyerahan Nomor Pokok Wajib Zakat (NPWZ) dan Bukti Setor Zakat (BSZ) yang diterbitkan oleh BASNAZ, BAZNAS Provinsi, atau BAZNAS Kabupaten/Kota kepadamuzaki di institusi masing-masing;

5. Penyusunan RKAT UPZ untuk program pengumpulan dan tugas pembantu pendistribusian dan pendayagunaan zakat BASNAZ, BAZNAS Provinsi, atau BAZNAS Kabupaten/Kota; dan
6. Penyusunan laporan kegiatan pengumpulan dan tugas perbantuan penyaluran zakat BASNAZ, BAZNAS Provinsi, atau BAZNAS Kabupaten/Kota.

C. Pengumpulan Zakat

1. Definisi Pengumpulan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengumpulan adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan. Arti lainnya dari pengumpulan adalah perhimpunan.

2. Zakat

a. Defiisi Zakat

Zakat menurut bahasa berarti *na maa'* (pertumbuhan), *shalah* (kebaikan), *thaharah* (kesucian). Sedangkan menurut syariat bagian tertentu yang telah ditetapkan oleh syariat dari jenis harta tertentu yang disalurkan kepada pihak-pihak tertentu dengan cara yang tertentu. Sesungguhnya yang dimaksud zakat menurut istilah Islam artinya “kadar yang tertentu, yang diberikan kepada yang berhak menerimanya, dengan beberapa syarat” (Qalami, 2008).

Zakat merupakan bentuk ibadah *maliyah ijtimaiah* yaitu ibadah yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi, keuangan dan fungsi sosial kemasyarakatan dan merupakan rukun Islam ketiga yang mempunyai status dan fungsi penting dalam syariat Islam.

Salah satu rukun Islam yang dalam delapan puluh dua ayat Al-Qur'an disebutkan bersama-sama dengan salat. Dalam hal ini, zakat merupakan media kesalehan individual yang berpotensi untuk kesalehan sosial. Dalam norma agama, zakat merupakan bentuk ketaatan ibadah individu kepada Tuhannya, yang dalam praktik atau pemanfaatannya senantiasa berkaitan dengan kehidupan sosial (Mustahal & Kelib, 2017).

Zuhayly dalam kajian berbagai mazhab menyebutkan definisi zakat menurut mazhab Maliki yaitu mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai nasab (batas kuantitas yang mewajibkan zakat) kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mustahik), kepemilikan itu penuh dan mencapai *haul* (setahun), bukan barang tambang dan bukan pertanian. Adapun menurut mazhab Hanafi, zakat berarti menjadikan sebagian harta yang khusus dari harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus, yang ditentukan oleh syariat karena Allah SWT.

Berdasarkan definisi-definisi tentang zakat di atas dapat disimpulkan bahwa zakat merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim mengeluarkan sebagian hartanya yang telah mencapai jumlah yang wajib dizakati kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Sesungguhnya membayar zakat tidak membuat seseorang menjadi kekurangan, namun dengan berzakat akan membuat hartanya dilipatgandakan oleh Allah SWT, tidak hanya itu membayar zakat dapat menyucikan harta seseorang dari hak orang lain.

Di dalam al-Qur'an terdapat perintah zakat, oleh karena itu membayar zakat harus ditunaikan.

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ

Terjemahannya :

Dirikanlah shalat dan bayarlah zakat hartamu. (QS. An-Nisa 77)

Sesungguhnya Islam mewajibkan zakat demi kemaslahatan umat manusia. Bermanfaat bagi si kaya, si miskin maupun terhadap masyarakat umum. Kemaslahatan tersebut di antaranya ialah: mengentaskan kemiskinan, melatih sifat dermawan, membiasakan bersyukur kepada Allah, mencegah kejahatan, dan mempererat silaturahmi (Qalami, 2008).

Menurut UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang Muslim atau badan

usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Mathews and Tlemsani dalam Dogarawa menyebutkan zakat merupakan bagian tertentu dari kekayaan yang ditentukan oleh Allah untuk didistribusikan kepada kategori orang yang berhak menerimanya. Ini diwajibkan kepada orang yang memiliki kelebihan harta kepada orang yang kekurangan harta (Nurul Huda, dkk.2015).

UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat memberikan kepastian dan payung hukum bagi pemerintah untuk mengatur mekanisme pengelolaan zakat. Dalam konsideran Undang-Undang Pengelolaan Zakat diatur bahwa:

- a. Bahwa Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agama dan kepercayaannya itu;
- b. Bahwa menunaikan zakat merupakan kewajiban bagi umat Islam yang mampu, sesuai dengan syari'at Islam;
- c. Bahwa zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat;
- d. Bahwa dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat Islam;
- e. Bahwa Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan zakat tidak sesuai dengan perkembangan kehidupan hukum dalam masyarakat, sehingga perlu diganti; dan
- f. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e perlu membentuk Undang-Undang Pengelolaan zakat (Mustahal & Kelib, 2017).

b. Tujuan Zakat

Ali menerangkan bahwa tujuan zakat yaitu:

- 1) Mengangkat derajat fakir miskin.

- 2) Membantu memecahkan masalah para *gharimin*, *ibnu sabil*, dan mustahik lainnya.
- 3) Membentangkan dan membina tali persaudaraan sesama umat Islam dan manusia pada umumnya.
- 4) Menghilangkan sifat kikir dan loba para pemilik harta.
- 5) Menghilangkan sifat dengki dan iri (kecemburuan social) dari hati orang-orang miskin.
- 6) Menjembatani jurang antara si kaya dengan si miskin di dalam masyarakat.
- 7) Mengembangkan rasa tanggung jawab social pada diri seorang terutama yang memiliki harta.
- 8) Mendidik manusia untuk berdisiplin menunaikan kewajiban dan menyerahkan hak orang lain padanya.
- 9) Sarana pemerataan pendapatan untuk mencapai keadilan sosial (Nurul Huda, dkk.2015).

c. Macam-Macam Zakat

Ada dua macam zakat yaitu zakat nafs (jiwa) atau disebut zakat fitrah dan zakat mal (harta) (Aziz, 2022).

- 1) Zakat fitrah disebut juga sebagai zakat jiwa yang berarti pensucian jiwa yang diwajibkan pada jiwa orang muslim yang berfugsi mensucikan diri dari dosa-dosa yang telah menodai dirinya selama bulan Ramadhan.
- 2) Zakat mal (Harta) adalah segala sesuatu yang dapat dimiliki atau dikuasi dan dapat dimanfaatkan sebagaimana lazimnya. Dengan demikian sesuatu dapat disebut mal apabila memenuhi syarat berikut:
 - a) Dapat dimiliki, disimpan, dihimpun dan dikuasai
 - b) Dapat diambil manfaatnya sebagaimana lazimnya. Contohnya: rumah, mobil, ternak, hasil pertanian, uang, emas, perak dan lain sebagainya

d. Syarat-syarat Zakat

Syarat-syarat zakat dapat diklasifikasikan dalam poin berikut:

1) Syarat bagi pemilik harta:

- a) Merdeka (bukan budak/hamba sahaya)
- b) Islam

2) Syarat harta yang wajib dizakati:

a) Kepemilikan yang jelas dan sempurna

Dikatakan kepemilikan yang jelas dan sempurna apabila harta yang ingin dizakati adalah harta milik penuh. Yang dimaksud milik penuh adalah harta yang dikuasai dan dikontrol langsung oleh pemiliknya serta tidak ada kaitannya dengan hak orang lain. Syarat ini sangatlah penting untuk dipenuhi karena memudahkan seseorang menyerahkan zakatnya kepada orang yang berhak menerimanya tanpa adanya hak orang lain yang menghalangi.

b) Berkembang atau dapat dikembangkan

Artinya bahwa dengan memberi harta zakat membuat si penerima mengalami perkembangan baik itu dari segi finansial. Orang yang menerima harta zakat dapat memanfaatkannya sebagai modal kerja, sehingga dalam jangka waktu tertentu, penerima zakat menjadi berubah nasibnya menjadi lebih mapan.

c) Melewati *haul*

Haul maksudnya adalah bahwa kepemilikan suatu harta objek zakat sudah melampaui masa satu tahun (12 bulan) Qamariyah. Tidak semua jenis harta objek zakat yang disyaratkan melampaui haul. Diantara harta yang disyaratkan melampaui haul baru terkena kewajiban zakat adalah binatang ternak, harta dagangan, uang simpanan (tabungan deposito/giro), surat berharga dan emas yang diinvestasikan. Penetapan syarat berupa haul ini dimaksud untuk memberikan kesempatan kepada pemiliknya untuk mengembangkan harta tersebut (Dono, 2018a).

d) Mencapai nisab

Nisab adalah jumlah yang wajib dizakati atau batas minimal wajib zakat yang hendaknya diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Utamakan orang-orang terdekat dengan kita, atau bisa diserahkan kepada badan pengurus, pengelola dan penyalur harta zakat.

e. Harta yang Wajib Dizakati

Adapun harta yang wajib dizakati, yaitu:

- 1) Emas dan perak
- 2) Hewan ternak
- 3) Hasil pertanian
- 4) Barang dagangan

f. Mustahiq Zakat

Mustahiq atau orang yang berhak menerima zakat ada 8 golongan sebagaimana Allah terangkan dalam QS. At-Taubah: 60.

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا
وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ
وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Terjemahnya:

Sesungguhnya Zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (*mualaf*), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah, dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah, Allah Maha Mengetahui, Maha Bijaksana.

Delapan golongan tersebut adalah:

- 1) *Fakir* (orang yang tidak memiliki penghasilan)
- 2) *Miskin* (orang yang memiliki penghasilan namun tidak mencukupi)
- 3) *Amil* (orang yang bekerja dalam pengelolaan zakat)

- 4) *Muallaf qulubuhum* (orang yang baru masuk islam atau yang diharapkan masuk Islam)
- 5) *Riqab* (budak muslim yang ingin membebaskan dirinya, atau tawanan muslim yang ingin ditebus)
- 6) *Gharim* (orang yang terlilit utang)
- 7) *Fi sabilillah* (orang yang berperang di jalan Allah)
- 8) *Ibnu Sabil* (musafir yang kehabisan bekal) (Center, 2015).

Dari definisi tentang peningkatan, penerimaan dan zakat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa peningkatan penerimaan zakat merupakan hasil perolehan jumlah zakat yang lebih tinggi daripada perolehan sebelumnya. Hal ini merupakan salah satu tujuan dari pengelola zakat.

Melihat kondisi sekitar, tanpa kita sadari masih banyak orang-orang yang butuh uluran tangan. Dengan harta zakat diharapkan mampu mengentaskan kemiskinan. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam sebenarnya memiliki potensi yang strategis dan sangat layak untuk dikembangkan dalam menggerakkan perekonomian negara. Melalui penggunaan salah satu instrumen pemerataan pendapatan, yaitu institusi zakat, infak, dan sedekah, di mana zakat, infak, dan sedekah selain sebagai ibadah dan kewajiban juga telah mengakar kuat sebagai tradisi dalam kehidupan masyarakat Islam (Fauzi & Munandar, n.d.).

D. Hasil Penelitian Relevan

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dengan membaca dan mengamati berbagai karya tulis atau skripsi melalui *Google Scholar*. Ditinjau dari judul skripsi yang penulis teliti, maka di bawah terdapat beberapa kajian yang telah diteliti oleh peneliti lain yang relevan dengan judul penulis, penelitian diantaranya:

1. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Fakhri Aziz dengan judul skripsi Strategi Komunikasi BAZNAS Bazis Jakarta Selatan Dalam Pengumpulan Zakat Di Masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi, mengetahui cara memaksimalkan dan cara mengatasi

kendala yang dialami BAZNAS Bazis Jakarta Selatan dalam pengumpulan zakat di masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya strategi komunikasi pengumpulan zakat Bazis Jakarta Selatan menggunakan metode transparansi dan memberikan fasilitas, memaksimalkan pengumpulan dengan teknik asosiasi, integrasi, *icing* dan Teknik *pay off and fear arousing*, dan menyelesaikan kendala saat pengumpulan di masa covid-19 dengan baik. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas strategi komunikasi yang digunakan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang merupakan satuan organisasi yang dibentuk oleh BAZNAS, serta sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Adapun yang membedakan dengan penelitian penulis, penelitian penulis fokus ke strategi komunikasi UPZ dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

2. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Adittia dengan judul skripsi Analisis Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat (BAZNAS) Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Zakat Profesi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi BAZNAS Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan zakat profesi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Baznas kota Pekanbaru dalam melakukan sosialisasi zakat profesi yaitu dilakukan dengan strategi mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, pemilihan penggunaan media, dan peranan komunikator. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi dengan pendekatan penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian, dimana penulis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

3. Skripsi yang ditulis oleh Hidayatullah dengan judul Efektifitas Unit Pengumpulan Zakat Dalam Meningkatkan Jumlah Zakat, Infak Dan Sedekah Di Kecamatan Curup Kota Kabupaten Rejang Lebong. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam meningkatkan jumlah zakat, infak, dan sedekah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektifitas Unit Pengumpulan Zakat dalam meningkatkan jumlah zakat, infak dan sedekah belum efektif. Karena berdasarkan kriteria ukuran dari efektifitas yaitu input, proses produksi, hasil dan produktivitas masih banyak Unit Pengumpulan Zakat yang belum melaksanakan tugasnya sebagai pengurus UPZ. Kendala Unit Pengumpulan Zakat dalam menghimpun dana zakat, infak dan sedekah yaitu kendala input masih banyaknya UPZ yang belum merencanakan suatu kegiatan untuk menghimpun dana ZIS, kendala proses produksi yaitu UPZ tidak memberi pemahaman tentang zakat kepada masyarakat, kendala hasil masih banyaknya UPZ yang belum memiliki hasil penghimpunan ZIS, kendala produktivitas kurangnya sumber daya yang dimiliki pengurus UPZ. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai Unit Pengumpul Zakat dalam meningkatkan jumlah zakat dengan pendekatan penelitian kualitatif. Adapun yang membedakan dengan penelitian penulis, penelitian penulis fokus ke strategi Unit Pengumpul Zakat dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.
4. Skripsi yang ditulis oleh Muthmainnah dengan judul Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Dalam Mendorong Masyarakat Menjadi Muzakki di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi lembaga zakat infaq dan shadaqah muhammadiyah (Lazismu) dalam mendorong masyarakat menjadi muzakki di Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi komunikasi Lembaga Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah

(Lazismu) Dalam Mendorong Masyarakat Menjadi Muzakki di Kota Makassar 1. mengenal khalayak, 2. Menentukan tujuan, 3. Menyusun pesan, 4. Menentukan metode. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi dengan pendekatan penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan tujuan penelitian, dimana penulis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Deskriptif. Dimana metode deskriptif merupakan penggambaran yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status atau gejala mengenai populasi atau daerah tertentu, atau memetakan fakta berdasarkan cara pandang (kerangka berpikir tertentu pada saat penelitian dilakukan. Tugas utama penelitian deskriptif adalah memaparkan apa adanya (Sukardi, 2009:157), atau menggambarkan apa adanya (Suharsimi Arikunto), yang didapat pada saat penelitian dilakukan dan tidak mesti mencari atau menerangkan bentuk saling hubungan diantara variable, ataupun menganalisisnya atau menguji hipotesisnya (Abdullah, 2018)..

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini termasuk dalam pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti ditekankan untuk bersifat realitas dan menciptakan hubungan secara sosial antara peneliti dengan subjek yang diteliti (Noor, 2017).

Menurut Kirk dan Miller, penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Subjek penelitian kualitatif adalah manusia baik secara konseptual maupun keberadaannya dalam suatu konteks. Davod Williams mengemukakan definisi penelitian kualitatif sebagai pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh peneliti yang tertarik secara alamiah.

David Williams terhadap penelitian kualitatif terletak pada karakter alamiahnya, baik dalam teknik pengumpulan data, metode, serta proses penelitian yang dilakukan peneliti (Widiawati, 2020).

Mengacu kepada Strauss dan Corbin (1990) penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang prosedur penemuan yang dilakukan tidak menggunakan prosedur statistic atau kuantifikasi. Dalam hal ini penelitian kualitatif adalah penelitian tentang kehidupan seseorang, cerita, perilaku, dan juga tentang fungsi organisasi, gerakan sosial atau hubungan timbal balik (Salim dan Syahrur, 2012)

B. Definisi Operasional

Berdasarkan kajian teori yang telah diuraikan dalam proposal penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai”. Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan serta salah pengertian, maka penulis kemukakan pengertian sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi adalah suatu perencanaan komunikasi atau manajemen komunikasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan.
2. Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yaitu, suatu Organisasi yang dibentuk oleh BAZ di semua tingkatan dengan tugas untuk melayani muzakki yang menyerahkan zakatnya.
3. Zuhayly dalam kajian berbagai mazhab menyebutkan definisi zakat menurut mazhab Maliki yaitu mengeluarkan sebagian yang khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai nasab.

Berdasarkan pada defenisi operasional diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi komunikasi menjadi poin utama yang perlu diperhatikan UPZ dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

C. Tempat dan waktu Pelaksanaan

1. Tempat

Tempat dilakukan penelitian oleh penulis adalah di Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

2. Waktu

Waktu penelitian yang dibutuhkan penulis adalah selama 2 (Dua) bulan yaitu bulan Juni sampai dengan bulan Juli 2023.

D. Subjek dan Objek penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sesuatu yang akan diteliti dan diamati oleh peneliti. Berdasarkan judul yang akan diteliti, maka yang menjadi subjek penelitian yakni Pengurus Unit Pengumpul Zakat (UPZ) sebanyak 3 orang, selain itu peneliti juga akan mengonfirmasi ke Baznas Sinjai sebagai lembaga yang membentuk UPZ Desa Gareccing.

2. Objek Penelitian

Berdasarkan judul yang akan diteliti maka yang menjadi objek penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada pelaksanaan penelitian, peneliti akan terlibat langsung dalam proses mengumpulkan data, mengelola data, serta menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*)

antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya (Yusuf, 2017).

Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan UPZ dalam penerimaan zakat di Desa Gareccing, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai.

Adapun jenis wawancara yang dapat digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Wawancara terencana-terstruktur : adalah suatu bentuk wawancara di mana pewawancara dalam hal ini peneliti menyusun secara terperinci dan sistematis rencana atau pedoman pertanyaan menurut pola tertentu dengan menggunakan format yang baku.
- b. Wawancara terencana-tidak terstruktur : adalah apabila peneliti/ pewawancara menyusun rencana (*schedule*) wawancara yang mantap, tetapi tidak menggunakan format dan urutan yang baku.
- c. Wawancara bebas : adalah wawancara yang berlangsung secara alami, tidak diikat atau diatur oleh suatu pedoman atau oleh suatu format yang baku (Yusuf, 2017).

2. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik. Observasi merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi penulis gunakan pada penelitian ini karena penelitian berkenaan dengan proses kerja (Sugiyono, 2016). Proses kerja yang dimaksud adalah strategi komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumentasi tentang orang atau sekelompok orang,

peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen ini dapat berupa teks tertulis, *artefact*, gambar maupun foto (Yusuf, 2017). Adapun dokumentasi yang dimaksud yaitu dokumen berbentuk foto atau file terkait dengan tempat yang akan diteliti misalnya, gambaran umum lokasi penelitian yang terdiri dari sejarah, visi misi, dan struktur organisasi kantor, serta dokumen lain yang menjadi kebutuhan dalam penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2013).

Adapun instrumen pendukung atau alat bantu dalam proses penelitian yaitu:

1. Pedoman wawancara, yaitu berisi daftar pertanyaan untuk memperoleh informasi terkait dengan strategi komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing.
2. Alat bantu dalam observasi misalnya tape recorder, buku, pulpen, dan catatan hasil penelitian baik berupa lembaran pertanyaan untuk wawancara kepada narasumber..
3. Alat dokumentasi, yaitu alat bantu yang berfungsi untuk mengumpulkan bukti-bukti dokumentasi seperti kamera, alat perekam dan buku catatan.

G. Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Jadi uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas).

Uji kredibilitas data hasil penelitian yang dilakukan adalah dengan triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi dilakukan untuk pengecekan hasil penelitian melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, kemudian melakukan pengecekan dengan observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Jika dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar, atau mungkin semuanya benar, karena adanya sudut pandangan yang berbeda-beda.

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering memengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara bisa saja dipengaruhi dengan waktu pada saat melakukan wawancara. Misalnya, pada saat melakukan wawancara pada pagi hari saat narasumber masih segar, belum memiliki banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sampai menemukan data yang pasti (Sugiyono, 2013).

H. Teknik Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis data kualitatif model interaktif dari Mils dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Syahrudin, 2012). Dalam penelitian kualitatif analisis data yang terbaik dilakukan sejak awal penelitian. Peneliti tidak boleh menunggu data lengkap terkumpul dan kemudian menganalisisnya. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi dan catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan sehingga memungkinkan temuan peneliti dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain (Yusuf, 2017).

Teknik analisis data dapat dilakukan dengan tiga langkah yang telah disebutkan sebelumnya yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan yang akan dijelaskan lebih lanjut.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilapangan tentu berkaitan dengan teknik penggalian data, dan berkaitan juga dengan sumber dan jenis data. Sumber data dalam

penelitian kualitatif yaitu berupa kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen, foto dan statistik. Kata-kata dan tindakan dicatat melalui catatan tertulis, perekaman video, dan pengambilan foto. Sedangkan sumber data tambahan dapat berupa buku, majalah, arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.

2. Reduksi Data

Miles dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Syahrums, 2012).

4. Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2013).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Desa Gareccing

Gareccing merupakan salah satu Desa yang dibentuk dan disahkan menjadi Kompleks Kampung Masyarakat Adat Gareccing Bulu-Bulu Barat pada Tanggal 4 Juli 1939 sesuai dengan Keputusan Asisten Residen Bantaeng oleh Van Der Bork. Adapun pemangku adat Kompleks Kampung Masyarakat Adat Bulu-Bulu Barat yang berkedudukan di Gareccing adalah Barokeng Daeng Mattaro. Arung Kompleks Kampung Masyarakat Adat Gareccing memerintah hingga tahun 1960, hal ini diakibatkan adanya pergantian pemerintahan sehingga beberapa Arung seperti Arung Siri, Arung Nangka, dan Arung Gareccing digabung menjadi satu desa yaitu Desa Sanggiasseri. Kemudian Desa Sanggiasseri dimekarkan menjadi kelurahan yaitu Kelurahan Sanggiasseri dan Kelurahan Bikeru.

Desa Gareccing adalah merupakan salah satu Desa di Kecamatan Sinjai Selatan yang berdiri kembali sejak tahun 2002 yang merupakan pemekaran dari Kelurahan Bikeru menjadi 2 (dua) Desa yaitu Desa Gareccing dan Desa Alenangka. Dan sebelum Defenitif, Desa Gareccing dirintis dan diprakarsai oleh masing-masing Panitia Sembilan bersama warga masyarakat dan pada tanggal 27 Februari 2002 Desa gareccing disahkan menjadi salah satu desa yang ada di Kecamatan Sinjai Selatan dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Bupati Sinjai Nomor 4 Tahun 2002 Tentang Penetapan Desa Persiapan Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Tertanggal 17 Januari 2003.

Desa Gareccing terbagi atas 3 Dusun yaitu Dusun Tanah Tengnga, Dusun Bulujampi, dan Dusun Lita-Litae, yang terletak $\pm$ 25 Km dari Ibu kota kabupaten Sinjai dan $\pm$ 2 Km dari kecamatan Sinjai Selatan yang berada di

dataran tinggi dengan ketinggian 275-650 M di atas permukaan air laut dengan luas wilayah $\pm 542,75$ Ha.

Adapun Kepala Desa yang pernah memimpin di Desa Gareccing secara berturut-turut adalah:

Tabel 1
Nama Kepala Desa Gareccing

No	Nama	Jabatan	Periode
1	A. Abd. Asis	Plt. Kepala Desa	2002 s/d 2003
2	M. Arsyad	Kepala Desa	2003 s/d 2010
3	Irwan Parenrengi	Kepala Desa	2010 s/d 2015
4	A. Abd. Asis, S. Sos	Plt. Kepala Desa	2016
5	Irwan Parenrengi	Kepala Desa	2017 s/d Sekarang

Sumber Data: Profil Desa Gareccing

2. Sejarah Berdirinya Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sinjai mulai berdiri pada tahun 2019, yang sebelumnya bernama BAZ (Badan Amil Zakat). Pada tahun 2019, ketika semua daerah lain atau kabupaten lain sudah mulai beralih BAZ ke BAZNAS, BAZNAS Sinjai juga beralih nama. BAZNAS melanjutkan tongkat estafet dari BAZ, yang di dalamnya terdapat perombakan secara besar-besaran. Namun yang paling tepat terasa atau paling mewarnai adalah perombakan di sistem manajemen. Sebelumnya BAZ masih bagian dan kementerian Agama. Akan tetapi, BAZNAS kemudian dibentuk menjadi lembaga independen (struktural) dan sudah berjalan lama sekitar tahun 2015 dimulai pembukaannya, namun BAZNAS Sinjai menerapkannya di tahun 2019.

Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2011 memuat bahwa dalam rangka pelaksanaan pengelolaan zakat pada tingkat Provinsi dan Kabupaten /Kota maka perlu dibentuk BAZNAS Provinsi dan BAZNAS Kabupaten/Kota.

Untuk memudahkan pelayanan kepada masyarakat BAZNAS Kabupaten Sinjai membentuk 80 Unit Pengumpul Zakat di semua Desa/Kelurahan. Terkhusus Kecamatan Sinjai Selatan terdapat 10 Desa dan 1 Kelurahan, salah satu diantaranya adalah UPZ Desa Gareccing yang dibentuk pada tahun 2021, dan resmi dikukuhkan pada tanggal, 23 Maret 2022. Pembentukan Unit Pengumpul Zakat ini sudah diatur dalam peraturan Badan Amil Zakat nasional nomor 2 Tahun 2016 tentang pembentukan dan tata kerja Unit Pengumpul Zakat.

3. Visi dan Misi Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing

Adapun visi dan misi UPZ Desa Gareccing berdasar kepada visi dan misi BAZNAS Kabupaten Sinjai, yaitu:

a. Visi

Menjadi Badan Amil Zakat Nasional yang amanah, fathonah dan berdaya saing di Indonesia Timur, khususnya di Sulawesi Selatan.

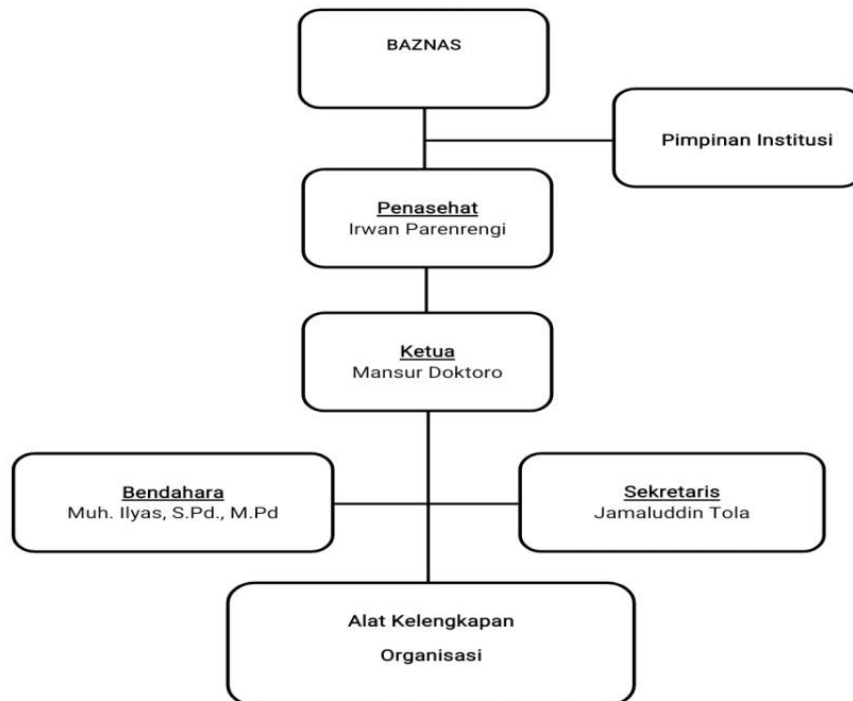
b. Misi

- 1) Mengkoordinasikan UPZ dan LAZ dalam mencapai target Baznas Sinjai.
- 2) Mengoptimalkan secara terukur pengumpulan zakat.
- 3) Mengoptimalkan pendistribusian dan pendayagunaan zakat, pengentasan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan dan pemoderasian kesenjangan sosial.
- 4) Menerapkan sistem manajemen yang transparan dan akuntabel berbasis teknologi informasi dan komunikasi terkini.
- 5) Menerapkan sistem pelayanan prima kepada seluruh pemangku kepentingan sosial.
- 6) Menggerakkan dakwah islam bersama Da'i untuk kebangkitan zakat, melalui sinergi ummat.
- 7) Mengutamakan zakat sebagai instrumen pembangunan menuju masyarakat yang adil dan makmur baldatun tayyibatun warabun

ghaffur\mengembangkan kompetensi amil zakat yang unggul dan menjadi rujukan di Indonesia, khususnya di Sulawesi Selatan.

4. Struktur Organisasi Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing



Sumber Data: Diambil dari hasil wawancara.

5. Tugas dan Fungsi Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing

a. Tugas

- 1) Menyusun perencanaan pengumpulan zakat.
- 2) Membantu BAZNAS melakukan pengumpulan zakat.
- 3) Membantu pendistribusian dan pendayagunaan zakat.

b. Fungsi

- 1) Sosialisasi dan edukasi zakat.
- 2) Pengumpulan zakat.
- 3) Pendataan dan layanan muzakki.

- 4) Penyerahan Nomor Pokok Wajib Zakat (NPWP) dan Bukti Setor Zakat (BSZ) yang diterbitkan oleh BAZNAS.
 - 5) Penyusunan RKAT UPZ untuk program pengumpulan dan tugas pembantuan pendistribusian dan pendayagunaan zakat BAZNAS.
 - 6) Penyusunan laporan.
6. Data Pengumpulan Zakat UPZ
- a. Jumlah zakat yang terkumpul di Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai pada tahun 2021.

Gambar 4.2

Data Zakat yang Terkumpul Pada Tahun 2021

SIMULASI PERHITUNGAN PEMBAGIAN ZIS RAMADHAN 1442 H / 2021 M			
Isi kolom kuning di bawah ini			
Nama UPZ	Desa gareccing		
Jumlah Zakat Fitrah	Rp 36.781.000	(787 Dinar)	
Jumlah Fakir Miskin	191 Orang		
Jumlah IRTM	Rp 3.441.000		
Jumlah Zakat Mal	Rp 1.593.750		

I	JUMLAH ZAKAT FITRAH	Rp 36.781.000
	MUSTAHIK	% Pembagian
1) FAKIR & MISKIN	42,3%	Rp 22.586.123
A) Jumlah Fakir Miskin	191 Orang	Rp 120.257
2) AMIL	12,5%	Rp 4.597.523
A) Penanggung Jawab	5%	Rp 229.801
B) Koordinator Kecamatan	5%	Rp 229.801
C) Koordinator Lapangan	30%	Rp 919.525
D) UPZ	70%	Rp 3.218.330
3) STABILISASI	12,5%	Rp 4.597.523
A) Kelurahan / Desa	30%	Rp 1.379.386
B) Kecamatan	10%	Rp 459.762
C) K.U.A	25%	Rp 1.149.406
D) BAZNAS	35%	Rp 1.609.109
4) DISTRIBUSI	12,5%	Rp 4.597.523
A) Kelurahan / Desa	30%	Rp 1.379.386
B) Kecamatan	10%	Rp 459.762
C) K.U.A	25%	Rp 1.149.406
D) BAZNAS	35%	Rp 1.609.109

II	JUMLAH ZAKAT MAL	Rp 1.593.750
1) FAKIR MISKIN	87,5%	Rp 1.394.531
AMIL	12,5%	Rp 199.219
A) Penanggung Jawab	50,0%	Rp 39.844
B) Ketua & Wakil Ketua	30,0%	Rp 59.766
C) Anggota	50,0%	Rp 99.609

III	JUMLAH INFAQ RUMAH TANGGA MUSLIM (IRTM)	Rp 3.441.000
1) FAKIR MISKIN	87,5%	Rp 3.010.071
AMIL	12,5%	Rp 430.929
A) Penanggung Jawab	20,0%	Rp 86.025
B) Ketua & Wakil Ketua	30,0%	Rp 129.038
C) Anggota	50,0%	Rp 215.866

Wakil	33 gram
Harga	Rp 750.000
Total	87 X Rp 750.000 = Rp 65.250.000
Zakatnya	Rp 65.250.000 X 2,5% = Rp 1.593.750

Sumber: Bendahara UPZ Desa Gareccing

- b. Jumlah zakat yang terkumpul di Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai pada tahun 2022.

Gambar 4.3

Data Zakat yang Terkumpul Pada Tahun 2022

SIMULASI PERHITUNGAN PEMBAGIAN ZIS RAMADHAN 1443 H / 2022 M			
Isi kolom atas dan di bawah ini			
Nama UPZ	DESA GARECCING		
Jumlah Zakat Fitra	Rp 31,350,500		
Jumlah Musakki	1958 Jiwa		
Estimasi Zakat Fitra	Rp 48,950,000		
Jumlah Fakir Miskin	223 Jiwa		
Jumlah IRTM	Rp 3,675,000		
Jumlah Zakat Mal	Rp 0		
I	JUMLAH ZAKAT FITRAH		Rp 31,350,500
	MUSTAHIK	% Pembagian	Nilai
1) FAKIR & MISKIN		62.5%	Rp 19,594,063
	A) Jumlah Fakir Miskin	223 Orang	Rp 87,866
2) AMIL		12.5%	Rp 3,918,813
	A) Penanggung Jawab	10%	Rp 391,881
	B) Pimpinan UPZ	30%	Rp 1,175,644
	C) Anggota UPZ	60%	Rp 2,351,288
3) FI SABILILLAH		12.5%	Rp 3,918,813
	A) Dana Keagamaan Desa/Lurah	50%	Rp 1,959,406
	B) Dana Keagamaan Kecamatan	30%	Rp 1,175,644
	C) BAZNAS	20%	Rp 783,763
4) IBNUSSABIL		12.5%	Rp 3,918,813
	A) Dana Keagamaan Desa/Lurah	50%	Rp 1,959,406
	B) Dana Keagamaan Kecamatan	30%	Rp 1,175,644
	C) BAZNAS	20%	Rp 783,763
II	JUMLAH ZAKAT MAL		Rp 0
1) FAKIR MISKIN		87.5%	Rp 0
2) AMIL		12.5%	Rp 0
	A) BAZNAS	20%	Rp 0
	B) Pimpinan UPZ	30%	Rp 0
	C) Anggota UPZ	60%	Rp 0
III	JUMLAH INFAQ RUMAH TANGGA MUSLIM (IRTM)		Rp 5,366,000
1) FAKIR MISKIN		87.5%	Rp 4,693,250
2) AMIL		12.5%	Rp 670,750
	A) BAZNAS	10%	Rp 67,075
	B) Pimpinan UPZ	30%	Rp 201,225
	C) Anggota UPZ	60%	Rp 402,450
Catatan : Hak Fakir & Miskin dari Zakat Fitrah dibagikan oleh Panitia Zakat Fitrah. - Hak Fakir & Miskin dari Zakat Mal dan IRTM diserahkan ke BAZNAS Kabupaten Sinjai dan akan dibagikan oleh Pihak BAZNAS Kabupaten Sinjai.			

Sumber: Bendahara UPZ Desa Gareccing

- c. Jumlah zakat yang terkumpul di Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai pada tahun 2023.

Gambar 4.4

Data Zakat yang Terkumpul Pada Tahun 2023

UNIT PENGUMPUL ZAKAT DESA GARECCING PERHITUNGAN PEMBAGIAN ZIS RAMADHAN 1444 H / 2023 M			
Nama UPZ	Desa Gareccing		
Jumlah Zakat	Rp 39.058.000		
Jumlah Fakir Misk	240 Orang		
Jumlah IRTM	Rp 5.474.000		
I	JUMLAH ZAKAT FITRAH		Rp 39.058.000
	MUSTAHIK	% Pembagian	Nilai
1) FAKIR & MISKIN		62,5%	Rp 24.411.250
	A) Jumlah Fakir Miskin	240 Orang	Rp 101.714
2) AMIL		12,5%	Rp 4.882.500
	A) BAZNAS	10%	Rp 488.250
	B) Pimpinan UPZ	30%	Rp 1.464.675
	C) Anggota UPZ	60%	Rp 2.929.350
3) FI SABILILLAH DAN IBNU SABIL		25,0%	Rp 9.764.500
	A) Dana Keagamaan Desa	50%	Rp 4.882.250
	B) KUA	30%	Rp 2.929.350
	D) BAZNAS	20%	Rp 1.952.900
II	JUMLAH INFAQ RUMAH TANGGA MUSLIM		5.474.000
1 BAZNAS DAN UPZ		87,5%	4.789.750
2 AMIL		12,5%	684.250
	A) BAZNAS	10,0%	68.425
	B) Pimpinan	30,0%	205.275
	C) Anggota	60,0%	410.550
*Catatan : Hak Fakir & Miskin dari Zakat Fitrah dibagikan oleh Panitia Zakat Fitrah. - Hak Fakir & Miskin dari Zakat Mal dan IRTM diserahkan ke BAZNAS Kabupaten Sinjai dan akan dibagikan oleh BAZNAS.			

Sumber: Bendahara UPZ Desa Gareccing

B. Hasil dan Pembahasan Penelitian

1. Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam Pengumpulan Zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai

Strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan komunikasi atau manajemen komunikasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus menunjukkan oprasionalnya secara praktis. Dalam strategi komunikasi ketika sudah memahami sifat komunikan, dan memahami efek yang ditimbulkan dari mereka, maka sangatlah penting memilih cara yang baik untuk berkomunikasi.

Strategi komunikasi pada dasarnya dirumuskan untuk memberikan edukasi dan pemahaman kepada khalayak agar khalayak dapat terpengaruh dan merubah tingkah lakunya. Strategi komunikasi dapat dijadikan sebagai pendekatan secara keseluruhan yang akan diterapkan dalam proses mengimplementasikan suatu program kepada sasaran komunikasi atau khalayak.

Untuk membahas bagaimana strategi komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat di desa Gareccing, maka penulis menggunakan teori Harold Laswell. Menurut teori yang dikemukakan Harold Laswell yang terkenal dengan sebutan formula Laswell, strategi komunikasi mengandung unsur-unsur: *who* (siapa), *says what* (mengatakan apa), *in which channel* (menggunakan saluran apa), *to whom* (untuk siapa), *with what effect* (dengan efek apa).

Penulis menggunakan teori Laswell sebagai acuan dalam penelitian, kemudian penulis menghubungkan dan memperkuat dengan menggunakan konsep atau perumusan strategi komunikasi yang terdiri dari pengenalan sasaran komunikasi, menyusun pesan, menentukan metode, pemilihan penggunaan media, dan peranan komunikator.

a. Mengetahui Sasaran Komunikasi

Langkah pertama yang harus dilakukan agar pesan dapat tersampaikan secara efektif ialah harus mempelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Komunikasi tidak bersifat pasif tetapi bersifat aktif, sehingga antara komunikator dan komunikan akan saling berhubungan dan saling mempengaruhi. Komunikasi dapat dipengaruhi oleh komunikator begitupun sebaliknya komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan atau khalayak. Untuk mencapai hal yang positif dalam proses komunikasi, komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Maka hal pertama yang harus diperhatikan adalah faktor referensi dan faktor situasi dan kondisi.

Dalam perumusan strategi komunikasi UPZ Desa Gareccing dalam mengumpulkan zakat, yang menjadi sasaran komunikasinya adalah semua masyarakat desa Gareccing yang memenuhi syarat berzakat. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Ketua UPZ Desa Gareccing, Bapak Mansur Doktor.

Yang menjadi target kami adalah semua masyarakat desa Gareccing. Dimana desa Gareccing ini terbagi 3 dusun. Kami sebagai Unit Pengumpul Zakat berusaha agar keberadaan UPZ itu bisa diketahui oleh semua masyarakat, karena tidak semua masyarakat mengetahuinya, maka dari itu kami bekerja sama dengan Imam Dusun atau Imam Desa untuk menyampaikan keberadaan UPZ serta mensosialisasikan pentingnya berzakat (Wawancara, 11 Mei 2023).

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Bendahara Unit Pengumpul Zakat, Bapak M. Ilyas.

Target Unit Pengumpul Zakat yaitu semua masyarakat yang beragama Islam yang menetap di desa Gareccing, baik itu yang tinggal di dusun Bulujampi, Lita-Litae, atau Tanah Tengnga. Agar semuanya mengetahui UPZ kami sebagai pengurus membentuk pelaksana tugas di setiap masjid untuk mensosialisasikan UPZ itu sendiri. Karena kantor UPZ belum ada, maka kami memanfaatkan masjid sebagai tempat

mengumpulkan zakat. Hal ini menjadi salah satu alasan masyarakat tidak mengetahui UPZ karena yang mereka ketahui bahwasanya untuk membayar zakat bisa melalui pengurus masjid. (Wawancara, 12 Juni 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa mengenal sasaran komunikasi telah dilakukan UPZ desa Garecing terkait orang-orang yang masuk kategori atau sasaran untuk berzakat. Dimana sasarannya adalah masyarakat desa Garecing yang beberapa diantaranya belum mengetahui adanya UPZ. Untuk itu perlu dilakukan sosialisasi dan mengedukasi masyarakat untuk membayarkan zakatnya melalui UPZ. Untuk mencapai hal yang diinginkan dalam proses komunikasi, komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Apapun tujuan, metode, dan banyaknya sasaran pada diri komunikasi perlu diperhatikan faktor kerangka referensi dan faktor situasi dan kondisi.

Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideology, cita-cita dan sebagainya. Dalam proses komunikasi, komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan seksama yang meliputi:

- 1) Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri dari:
 - a) Pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan.
 - b) Kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan.
 - c) Pengetahuan khalayak terhadap perbendaharaan kata-kata yang digunakan.
- 2) Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada.

3) Situasi dengan khalayak itu berada.

Dengan mengenal sasaran komunikasi atau khalayak maka Unit Pengumpul Zakat desa Gareccing akan lebih mudah untuk melangkah ke proses selanjutnya.

b. Menyusun Pesan

Setelah mengetahui sasaran komunikasi atau khalayak, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema atau materi. Pesan yang disampaikan harus diperhatikan supaya dapat sesuai dengan kondisi komunikan atau khalayak sebagai sasaran komunikasi. Yang dimaksud pesan disini dapat berupa dorongan dan ajakan oleh komunikator kepada komunikan. Tidak semua khalayak memiliki kemampuan yang sama dalam memahami informasi yang disampaikan komunikator. Cara menyampaikan pesan sangat berpengaruh terhadap keefektifan proses komunikasi. Cara penyampaian yang baik, serta penggunaan bahasa yang mudah dimengerti akan memudahkan komunikan dalam menerima dan memahami pesan yang disampaikan.

Berikut langkah-langkah dalam menyusun pesan yang biasa disebut *motivated sequence*, yaitu:

- 1) *Attention* (perhatian) artinya bahwa pesannya harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menumbuhkan perhatian dan komunikan.
- 2) *Need* (kebutuhan) artinya bahwa komunikator kemudian berusaha meyakinkan komunikasi bahwa pesan yang disampaikan itu penting bagi komunikan.
- 3) *Satisfaction* (pemuasan), dalam hal ini komunikator memberikan bukti bahwa yang disampaikan adalah benar.
- 4) *Visualization* (visualisasi) komunikator memberikan bukti-bukti lebih konkret sehingga komunikan bisa turut menyaksikan.

- 5) *Action* (tindakan), komunikator mendorong agar komunikan bertindak positif yaitu melaksanakan pesan dari komunikator tersebut.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing dalam menyusun pesan terkait strategi komunikasi UPZ dalam pengumpulan zakat yaitu menyampaikan pesan secara verbal. Hasil wawancara dengan sekretaris UPZ Desa Gareccing, Bapak Jamaluddin Tola mengatakan bahwa.

Cara mendorong masyarakat untuk membayar zakat di UPZ adalah dengan menyampaikan atau memberikan motivasi keuntungan berzakat. Selain itu, kami biasa memberikan nasihat agama tentang keutamaan berzakat ketika ceramah di masjid saat bulan Ramadhan. Supaya masyarakat mengerti kami menggunakan bahasa yang dapat dipahami contohnya menggunakan bahasa daerah (Wawancara, 14 Juni 2023).

Sementara itu terkait dengan materi pesan yang disampaikan oleh pihak UPZ kepada masyarakat M. Ilyas mengemukakan.

Untuk mendorong masyarakat membayar zakat, kami menjelaskan tentang aturan-aturan dalam zakat, pahala-pahala yang diperoleh ketika berzakat, kewajiban berzakat, dan untuk apa zakat itu ketika sudah terkumpul (Wawancara, 12 Juni 2023).

Berdasarkan wawancara di atas Unit Pengumpul Zakat (UPZ) desa Gareccing dalam menyusun pesan menggunakan penyampaian pesan secara verbal dapat dilakukan dengan cara langsung dan tidak langsung. Menyampaikan informasi dengan tatap muka (*face to face*) merupakan cara langsung, sedangkan cara tidak langsungnya adalah dengan menggunakan media sosial. Dalam menyusun pesan hal utama yang harus dilakukan adalah bagaimana menarik perhatian, mengubah perilaku dan pola pikir masyarakat. Jika pesan tersampaikan dengan baik, maka masyarakat akan tertarik dengan apa yang disampaikan sehingga apa yang menjadi tujuan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dapat tercapai.

c. Menetapkan Metode

Dalam menentukan metode, penyampaian pesan dapat dilihat dari dua aspek yaitu, dengan cara pelaksanaannya dan bentuk isinya. Menurut Anwar Arifin ia mengemukakan metode komunikasi yang efektif dalam strategi komunikasi yaitu:

- 1) *Redundancy* (repetition) yaitu mengulang pesan sedikit demi sedikit.
- 2) *Canalizing* yaitu komunikator berusaha memahami dahulu soal komunikasi.
- 3) Informatif yaitu penyampaian pesan yang bersifat memberi informasi.
- 4) *Persuasive*, yaitu mempengaruhi komunikasi dengan cara membujuk.
- 5) *Edukatif Method*, yaitu pesan yang akan disampaikan bersifat mendidik yakni memberikan suatu ide atau gagasan.
- 6) *Cursive Method*, yaitu pesan yang disampaikan dengan cara pemaksaan yang mengandung ancaman.

Dari beberapa metode di atas Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing menggunakan metode edukatif dan informatif. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mansur Doktoro.

Harus memahami ummat ummat, seperti memberikan informasi tentang keutamaan dan pentingnya membayar zakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat teredukasi sehingga muncul semangat membayar zakat (Wawancara, 20 Juni 2023). Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Ahmad Muzakir,

selaku ketua BAZNAS Kabupaten Sinjai.

Tujuan dibentuknya Unit Pengumpul Zakat untuk memudahkan lagi pendistribusian edukasi ke masyarakat karena kalau fokus ke kantor akan kurang masif. Kalau disebar di semua kalangan masyarakat akan cepat lagi pendistribusian informasinya tentang zakat ini, apalagi untuk desa dan kelurahan. Karena sebenarnya banyak pembayar zakat yang tidak melakukannya karena kurang pengetahuan tentang zakat. Sehingga kehadiran UPZ diharapkan

bisa mentransfer ilmu tentang zakat kepada mereka (Wawancara, 13 Juli 2023).

Dari wawancara di atas sudah jelas bahwa dari beberapa metode yang dikemukakan Anwar Arifin, UPZ Desa Garecing menggunakan metode informatif dan edukatif dalam mempengaruhi khalayak. Metode tersebut seperti berdakwah, menggunakan kata-kata bijak dalam sosialisasi baik secara tatap muka atau melalui unggahan di media sosial. Hal tersebut agar masyarakat dapat memahami apa yang disampaikan UPZ dan diharapkan masyarakat dapat teredukasi tentang pentingnya berzakat.

d. Pemilihan Media Komunikasi

Media adalah alat yang digunakan untuk berkomunikasi kepada khalayak. Media komunikasi sangat berperan penting karena sebagai perantara antara komunikator dengan komunikan dalam menyampaikan pesan atau informasi. Sebagaimana dalam menyusun pesan kita harus menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak. Begitupun dengan pemilihan penggunaan media harus mempertimbangkan karakteristik dan tujuan dari isi pesan yang ingin disampaikan, serta jenis media yang dimiliki khalayak. Media tersebut meliputi media massa (media cetak dan elektronik), dan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp, dan lain-lain).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media yang digunakan pengurus Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam mensosialisasikan programnya adalah media sosial seperti Facebook dan Whatsapp. Sesuai apa yang diungkapkan Bapak M. Ilyas.

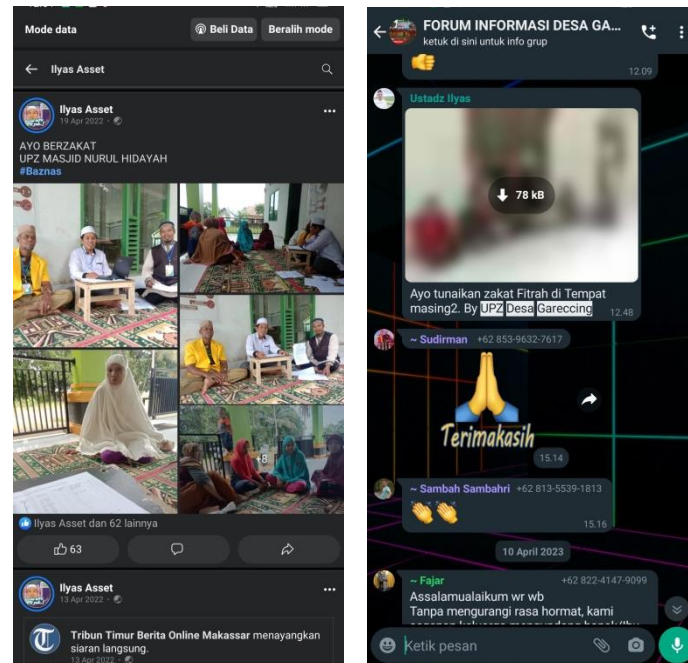
Dalam mensosialisasikan Unit Pengumpul Zakat Desa Garecing saya menggunakan media sosial seperti Facebook, status dan grup – grup Whatsapp khususnya desa Garecing, selain itu saya juga mensosialisasikan di masjid – masjid (Wawancara 12 Juni 2023).

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa UPZ untuk menyebarluaskan informasi mengenai UPZ dan zakat

menggunakan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Dalam hal ini media sosial yang digunakan merupakan milik pribadi pengurus karena belum ada media sosial khusus untuk UPZ itu sendiri.

Gambar 4.5

Media Sosial yang digunakan UPZ Desa Gareccing



Sumber: Facebook dan Grup WhatsApp

e. Peranan Komunikator

Komunikator sangat berperan penting sebagai penyampai pesan kepada khalayak. Agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak, komunikator harus berkomunikasi dengan baik untuk menarik perhatian masyarakat. Ada beberapa faktor penting yang harus dimiliki oleh komunikator sebelum terjun menyampaikan informasi kepada masyarakat. Yang mendukung kelancaran komunikasi seorang komunikator dalam menyampaikan pesan, yaitu dengan daya tarik dan kredibilitas.

Terkait dengan daya tarik dan kredibilitas pada seorang komunikator, pihak BAZNAS Kabupaten Sinjai sebelum

mengimplementasikan program sosialisasi, terlebih dahulu memberikan pembinaan, arahan atau edukasi kepada Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang telah ditetapkan BAZNAS sebelum sampai kepada masyarakat, seperti yang dikatakan Bapak Ahmad Muzakkir, selaku ketua BAZNAS Kabupaten Sinjai.

Pengarahan yang sudah dilakukan kepada Unit Pengumpul Zakat berupa pemberian edukasi dalam rapat umum. Kami pihak BAZNAS mendatangi setiap kecamatan kemudian mengumpulkan semua UPZ Desa atau Kelurahan. Kemudian kita spesifikkan lagi kita mendatangi UPZ masing-masing lalu mengumpulkan pengurusnya, menghadirkan perangkat desa kemudian kami edukasi supaya saling menguatkan antara amil UPZ dengan pengambil keputusan di daerah masing-masing, agar dalam mensosialisasikan zakat dapat berjalan sesuai yang diharapkan (Wawancara, 13 Juli 2023).

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa BAZNAS Kabupaten Sinjai sebagai pembentuk UPZ memberikan arahan dan edukasi kepada Unit Pengumpul Zakat (UPZ) desa Gareccing sebelum terjun langsung ke masyarakat memberikan informasi terkait zakat. Sehingga UPZ dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat bisa berkomunikasi dengan baik.

Dari hasil penjabaran di atas, dalam menerapkan strategi komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) harus memperhatikan langkah-langkah strategi komunikasi agar komunikasi dapat dilakukan secara efektif sehingga untuk mempengaruhi atau mendorong masyarakat Desa Gareccing membayar zakat bisa tercapai.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam Pengumpulan Zakat Di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung merupakan suatu hal yang dapat mendorong atau mengajak dan bersifat untuk ikut serta dalam suatu kegiatan. Sebagaimana yang dikatakan oleh bapak M. Ilyas.

Faktor pendukung UPZ dalam mengumpulkan zakat yaitu adanya kerja sama dengan para pengurus masjid, selain itu adanya perhatian dari pemerintah yang selalu mendukung dan mendorong masyarakat untuk mengumpulkan zakatnya kepada kami. Kemudian kami sudah tidak repot karena sudah ada panduan dan aturan dari BAZNAS, dan ada aplikasi yang memudahkan dalam perhitungan zakat (Wawancara 12 Juni 2023).

Karena Unit Pengumpul Zakat desa Gareccing belum memiliki kantor khusus, maka untuk memudahkan masyarakat dalam mengumpulkan zakatnya, UPZ membentuk pelaksana tugas disetiap masjid yang melibatkan para pengurus masjid. Tidak hanya membantu dalam pengumpulan saja tetapi juga mereka ikut membantu mengajak masyarakat untuk membayar zakatnya melalui UPZ. Dengan adanya juga bantuan dari pemerintah Desa dapat meringankan UPZ dalam hal sosialisasi ke masyarakat.

Hal ini diperkuat oleh Bapak Mansur Doktoro sebagai ketua Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang mengatakan.

Faktor pendukung UPZ dalam mengumpulkan zakat yaitu adanya sarana Masjid yang dapat memudahkan masyarakat dalam mengumpulkan zakat (Wawancara, 20 Juni 2023).

Dengan memanfaatkan masjid sebagai tempat mengumpulkan zakat akan lebih mempermudah masyarakat menjangkaunya. Tidak hanya itu, pengurus UPZ dalam mensosialisasikan zakat juga mengutamakan masjid sebagai pusat dakwah. Dakwah yang dimaksud yaitu berceramah, menyampaikan dan mengajak masyarakat membayar zakat sehingga dapat menarik minat dan semangat masyarakat berzakat.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat yaitu, menjalin kerja sama dengan pengurus atau imam masjid, adanya panduan dan arahan dari BAZNAS Kabupaten Sinjai, dan mendapat perhatian dari Pemerintah Desa.

b. Faktor Penghambat

Dalam strategi komunikasi yang telah dilakukan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) desa Gareccing terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala, yaitu:

1) Membayar zakat tidak melalui UPZ

Beberapa masyarakat masih membayar zakatnya secara langsung kepada orang yang menurutnya berhak menerima zakat tidak melalui amil zakat. Ini juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kendala UPZ dalam mensosialisasikan zakat karena masih ada beberapa yang kurang percaya dengan lembaga amil zakat. Terkait hal ini, Bapak M. Ilyas menyatakan:

Terkadang masih ada masyarakat yang memberikan zakatnya langsung kepada fakir miskin tidak melalui amil. Beberapa masyarakat juga masih ada yang menganggap bahwa tidak usah mengumpulkan zakat di UPZ (Wawancara, 12 Juni 2023).

2) Kurangnya pemahaman dan kesadaran

Masih banyak masyarakat yang tidak paham dan tertarik dengan Unit Pengumpul Zakat. Sebagaimana yang disampaikan Bapak Jamaluddin Tola.

Adanya pemahaman bahwa berzakat langsung lebih baik ketimbang melalui Unit Pengumpul Zakat (UPZ). Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Mansur Doktoro.

Kurangnya kesadaran ummat mengenai zakat apalagi lembaga amil zakat. Sehingga ummat langsung menyerahkan zakatnya kepada mustahik tanpa melalui perantara (Wawancara, 14 Juni 2023).

3) Tidak adanya media sosial untuk sosialisasi UPZ

Media sosial merupakan hal yang sangat penting digunakan dalam menyampaikan informasi atau mensosialisasikan sesuatu karena sifatnya yang bisa menjangkau banyak orang. Namun, Unit Pengumpul Zakat tidak memiliki media sosial khusus. Sehingga apabila pengurus ingin menyampaikan informasi terkait UPZ atau Zakat harus menggunakan media sosial masing-masing.

Walaupun sosialisasi terkait zakat sering dilakukan secara langsung (*face to face*) di masjid-masjid, tetapi akan lebih baik jika memiliki media sosial yang bisa digunakan untuk memberikan informasi terkait UPZ. Karena jika sosialisasinya di masjid yang dapat mengetahuinya hanya jamaah masjid atau masyarakat terdekat saja. Beda hal jika melalui media sosial karena akan dijangkau oleh semua orang.

Jadi yang menjadi hambatan Unit Pengumpul Zakat dalam pengumpulan zakat yaitu, masih ada beberapa masyarakat yang membayar zakat tidak melalui UPZ melainkan langsung kepada mustahik, kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat, dan tidak adanya media sosial khusus yang digunakan UPZ dalam mensosialisasikan zakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di Unit Pengumpul Zakat di Desa Gareccing, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Desa Gareccing dalam mempengaruhi atau mendorong masyarakat Desa Gareccing membayar zakat, yaitu (1) mengenal sasaran komunikasi, (2) penyusunan pesan, (3) menentukan metode, (4) pemilihan media komunikasi, (5) peranan komunikator.
2. Faktor pendukung Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dalam pengumpulan zakat yaitu, menjalin kerja sama dengan pengurus atau imam masjid, adanya panduan dan arahan dari BAZNAS Kabupaten Sinjai, dan mendapat perhatian dari Pemerintah Desa. Sedangkan faktor penghambat Unit Pengumpul Zakat dalam pengumpulan zakat yaitu, masih ada beberapa masyarakat yang membayar zakat tidak melalui UPZ melainkan langsung kepada mustahik, kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat, dan tidak adanya media sosial khusus yang digunakan UPZ dalam mensosialisasikan zakat.

B. Saran

1. Bagi Unit Pengumpul Zakat (UPZ)

Setelah melakukan penelitian di Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing, peneliti mengajukan beberapa saran guna meningkatkan strategi komunikasi dalam pengumpulan zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai, di antaranya sebagai berikut:

- a. Membuat media sosial untuk digunakan mensosialisasikan zakat.
- b. Meningkatkan kerjasama antara pengurus dalam mensosialisasikan dan mengumpulkan zakat.

2. Bagi Peneliti

Semoga tulisan ini dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya. Dan terutama bagi peneliti sendiri semoga memberikan masukan dan pemahaman dari kajian-kajian da nisi dari tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adittia, M., Studi, P., Komunikasi, F. I., & Riau, U. I. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Pekanbaru.
- Aditya, R. A. (2019). Strategi Komunikasi BAZNAS Dalam Menyosialisasikan Pembayaran Zakat Secara Online di Perusahaan E-Commerce.
- Aziz, M. F. (2022). Strategi Komunikasi BAZNAS Bazis Jakarta Selatan Dalam Pengumpulan Zakat di Masa Pandemi Csovid-19.
- Dono, E. G. (2018). Faktor-faktor Penyebab Rendahnya Pengumpulan Zakat Profesi di UPZ IAIN Bengkulu. Bengkulu:Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Bitkom Research, 63(2), 1–3
- Fauzi, I, & Munandar, E. (2022). Efektivitas Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Meningkatkan Jumlah Zakat, Infaq, dan Sedekah Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Mustahiq Desa Margaharja. Jurnal EKSPEKTASy 1(1).
- Huda, N., & Dkk. (2015). Zakat Perspektif Mikro-Makro Pendekatan Riset. Jakarta: Kencana.
- Jumiati, N. A. (2022). Strategi Komunikasi Orang Tua Dalam Meningkatkan Minat Belajar Anak Di Desa Sanjai. SKRIPSI. Institt Agama Islam Muhammdiyah Sinjai.
- Mulyana, D. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murtani, A., & Mulia, T. (2016). Peran Upz (Unit Pengumpul Zakat) Yayasan Ibadurrahman Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Kecamatan. Jurnal Al-Qasd Islamic Economic ..., 1, 52–64.
- Mustahal, A., & Kelib, A. (2017). Study Tentang Pemungutan Zakat Penghasilan Pegawai Pada Unit Pengumpul Zakat Kantor Kementerian Agama Kota Salatiga. Jurnal Hukum Khaira Ummah, 12(1), 27–38.
- Muthmainnah, M. (2021). Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq Dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Dalam Mendorong Masyarakat Menjadi Muzakki Di Kota Makassar. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Noor, J. (2017). Metode Penelitian. Kencana, III.
- Nurarafah, N. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Pengelolaan Dana Zakat Nasional 9BAZNAS) Kota Bima..
- Pagappong, Y. (2015). eJournal Ilmu Pemerintahan, , ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id ©

Copyright 2015. 1–11.

- Qalami, Q., & A. F. (2008). Sehat dan Bertambah Kaya Lewat Sedekah. Surabaya: Pustaka Media.
- Rofifah, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Berzakat Di Unit Pengumpulan Zakat Kecamatan Gandra (Studi Masyarakat Kecamatan Ganra Kabupaten Soppeng). In Skripsi.
- Rosadi, S. (2020). Peran Upz (Unit Pengumpul Zakat) Ujungbatu Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Hukum Islam*, 3(2), 141–151.
- Salim, S., & Syahrums, S. (2012) Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Citapustaka Media.
- Saputra, V. (2019). Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos). 3776.
- Sugiyono, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Widiawati, N. (2020). Metodologi Penelitian Komunikasi dan Penyiaran Islam. (E. F. Khomaeny, Penyunt.) Jawa Barat: Edu Publisher.
- Yusuf, M. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan, Jakarta: Kencana.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

“Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat dalam Pengumpulan Zakat di Desa
Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai”

Nama :Azizah Azzahra

NIM :190208003

Program Studi : Komunikasi dan penyiaran islam (KPI)

Variabel	Indikator
Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat dalam Pengumpulan Zakat di Desa Gareccing	1. Strategi Komunikasi
	2. Cara memaksimalkan pengumpulan zakat
	3. Respon masyarakat terhadap keberadaan UPZ.
Faktor pendukung dan penghambat guru dalam Pengumpulan Zakat di Desa Gareccing	1. Faktor pendukung 2. Faktor penghambat

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI UNIT PENGUMPUL ZAKAT (UPZ) DALAM PENGUMPULAN ZAKAT DI DESA GARECCING KECAMATAN SINJAI SELATAN KABUPATEN SINJAI

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sinjai

A. Data Pribadi

Nama : Mansur Doktoro
 Tempat/ Tanggal Lahir : Sinjai, 11 Mei 1964
 Jabatan : Ketua UPZ
 Hari/Tanggal : Selasa, 20 Juni 2023

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa yang melatarbelakangi sehingga UPZ Desa Gareccing dibentuk?	Ada format dari BAZNAS.
2	Berapa jumlah zakat yang terkumpul setiap tahunnya?	Jumlah zakat fitrah yang terkumpul pada tahun 2021 (Rp 36.781.000), 2022 (31.350.500). dan tahun 2023 (39.058.000).
3	Apakah jumlah Muzakki setiap tahunnya meningkat?	Relative, meningkat tipis-tipis.
4	Berapa jumlah muzakki yang terkumpul setiap tahunnya?	Jumlah Muzakki pada tahun 2021 (1.755 Jiwa), 2022 (1.958 Jiwa).
5	Apa yang membuat jumlah muzakki meningkat?	Muzakki boleh dikata semakin meningkat, karena semangat orang berzakat pasti ada walau ada yang miskin tapi ada semangat dan keimanan maka mereka pasti berzakat.
6	Apa yang Bapak lakukan setiap ingin mengumpulkan zakat?	Yang dilakukan setiap ingin mengumpulkan zakat yaitu

		mengkoordinir imam masjid untuk menginformasikan ke masyarakat untuk membayar zakat, dan mendata akurat objek-objek mufakki sehingga tiba masanya sudah jelas penyalurannya.
7	Bagaimana cara UPZ memaksimalkan pengumpulan zakat	Harus betul-betul berusaha bagaimana caranya supaya masyarakat mengetahui keberadaan UPZ dan bisa mempercayai kami.
8	Siapa yang menjadi target UPZ?	Yang menjadi target kami adalah semua masyarakat desa Gareccing. Dimana desa Gareccing ini terbagi 3 dusun. Kami sebagai Unit Pengumpul Zakat berusaha agar keberadaan UPZ itu bisa diketahui oleh semua masyarakat, karena tidak semua masyarakat mengetahuinya, maka dari itu kami bekerja sama dengan Imam Dusun atau Imam Desa untuk menyampaikan keberadaan UPZ serta mensosialisasikan pentingnya berzakat.
9	Apakah keberadaan UPZ sudah diketahui oleh semua masyarakat desa Gareccing?	Masyarakat masih samar-samar, masih ada beberapa yang tidak mengetahui.
10	Bagaimana cara Bapak berkomunikasi dengan masyarakat terkait adanya UPZ?	Ketika bertemu dengan kerabat saya memberitahu tentang program-program UPZ, juga membuktikan asas

		kemanfaatannya sehingga ketika ummat mengetahui manfaatnya maka mereka sendiri akan kenali pentingnya membayar zakat di UPZ.
11	Apakah setelah memperkenalkan UPZ kepada masyarakat membuat masyarakat membayar zakatnya melalui UPZ?	Mungkin ada beberapa, karena sebagian orang-orang masih kurang percaya sehingga ada yang langsung ke objek atau mustahik.
12	Bagaimana cara bapak berkomunikasi untuk mendorong masyarakat membayar zakat?	Harus memahami ummat ummat, seperti memberikan informasi tentang keutamaan dan pentingnya membayar zakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat teredukasi sehingga muncul semangat membayar zakat.
13	Dimana saja bapak mensosialisasikan UPZ?	Dimana saja ketika bertemu masyarakat, kadang di masjid.
14	Bagaimana respon masyarakat terkait adanya UPZ?	Respon positif, sebagian ada yang ragu tapi sebagian besar mempercayakan UPZ.
15	Apa saja faktor pendukung UPZ dalam mengumpulkan zakat?	Faktor pendukung UPZ dalam mengumpulkan zakat yaitu adanya sarana Masjid yang dapat memudahkan masyarakat dalam mengumpulkan zakat.
16	Apa saja faktor penghambat UPZ dalam mengumpulkan zakat?	Kurangnya kesadaran ummat mengenai zakat apalagi lembaga amil zakat. Sehingga ummat langsung menyerahkan zakatnya kepada

	mustahik tanpa melalui perantara.
--	-----------------------------------

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI UNIT PENGUMPUL ZAKAT (UPZ) DALAM PENGUMPULAN ZAKAT DI DESA GARECCING KECAMATAN SINJAI SELATAN KABUPATEN SINJAI

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sinjai

A. Data Pribadi

Nama : Jamaluddin Tola
 Tempat/ Tanggal Lahir : Sinjai, 26 Agustus 1972
 Jabatan : Sekretaris UPZ
 Hari/Tanggal : Rabu, 14 Juni 2023

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa yang melatarbelakangi sehingga UPZ Desa Gareccing dibentuk?	Pembayaran zakat yang tidak teratur atau terkontrol, dan penyerahan zakatnya tidak tepat sasaran.
2	Berapa jumlah zakat yang terkumpul setiap tahunnya?	Jumlah zakat fitrah yang terkumpul pada tahun 2021 (Rp 36.781.000), 2022 (31.350.500). dan tahun 2023 (39.058.000).
3	Apakah jumlah Muzakki setiap tahunnya meningkat?	Iya meningkat
4	Berapa jumlah muzakki yang terkumpul setiap tahunnya?	Jumlah Muzakki pada tahun 2021 (1.755 Jiwa), 2022 (1.958 Jiwa).
5	Apa yang membuat jumlah muzakki meningkat?	Meningkat karena tingkat kelahiran lebih besar daripada kematian.
6	Apa yang Bapak lakukan setiap ingin mengumpulkan zakat?	Sosialisasi kepada masyarakat.

7	Bagaimana cara UPZ memaksimalkan pengumpulan zakat	Membentuk pelaksana tugas disetiap masjid, memberikan informasi serta motifazi keuntungan berzakat.
8	Siapa yang menjadi target UPZ?	Semua ummatislam yang berada di Desa Gareccing yang memenuhi syarat-syarat dalam berzakat.
9	Apakah keberadaan UPZ sudah diketahui oleh semua masyarakat desa Gareccing?	Sebagian sudah mengetahui karena sudah disosialisasikan.
10	Bagaimana cara Bapak berkomunikasi dengan masyarakat terkait adanya UPZ?	Berkunjung ke sertiap masjid tempat pengumpulan zakat.
11	Apakah setelah memperkenalkan UPZ kepada masyarakat membuat masyarakat membayar zakatnya melalui UPZ?	Sebagian besar seperti itu.
12	Bagaimana cara bapak berkomunikasi untuk mendorong masyarakat membayar zakat?	Cara mendorong masyarakat untuk membayar zakat di UPZ adalah dengan menyampaikan atau memberikan motivasi keuntungan berzakat. Selain itu, kami biasa memberikan nasihat agama tentang keutamaan berzakat ketika ceramah di masjid saat bulan Ramadhan. Supaya masyarakat mengerti kami menggunakan bahasa yang dapat dipahami contohnya menggunakan bahasa daerah.
13	Dimana saja bapak	Di setiap masjid, ditempat keramaian

	mensosialisasikan UPZ?	apalagi saat menjelang bulan ramadhan.
14	Bagaimana respon masyarakat terkait adanya UPZ?	Senang karena mereka menganggap sudah ada kepastian hukum.
15	Apa saja faktor pendukung UPZ dalam mengumpulkan zakat?	Adanya kerjasama antara pengurus masjid dan pengurus UPZ.
16	Apa saja faktor penghambat UPZ dalam mengumpulkan zakat?	Adanya pemahaman bahwa berzakat langsung lebih baik ketimbang melalui Unit Pengumpul Zakat (UPZ).

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI UNIT PENGUMPUL ZAKAT (UPZ) DALAM PENGUMPULAN ZAKAT DI DESA GARECCING KECAMATAN SINJAI SELATAN KABUPATEN SINJAI

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sinjai

A. Data Pribadi

Nama : M. Ilyas, S.Pd.I., M.Pd
 Tempat/ Tanggal Lahir : Bantaeng, 17 Agustus 1984
 Jabatan : Bendahara UPZ
 Hari/Tanggal : Senin, 12 Juni 2023

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa yang melatarbelakangi sehingga UPZ Desa Gareccing dibentuk?	Yang melatarbelakangi sehingga UPZ dibentuk adalah menjadikan kebutuhan pokok bahwa zakat itu setiap tahunnya wajib dilaksanakan dan dikelola secara professional, maka sejak tahun 2021 BAZNAS Sinjai membentuk UPZ setiap desa termasuk di dalamnya desa Gareccing, Yang mana selama ini pengelolaan zakat dikelola biasa-biasa saja, artinya tidak terlalu jelas pengelolaannya kemudian pelaporannya juga tidak jelas, sehingga inilah yang mendasari bahwa pengelolaan zakat itu harus dikelola secara professional.
2	Berapa jumlah zakat yang terkumpul setiap tahunnya?	Jumlah zakat fitrah yang terkumpul pada tahun 2021 (Rp 36.781.000), 2022

		(31.350.500). dan tahun 2023 (39.058.000).
3	Apakah jumlah Muzakki setiap tahunnya meningkat?	iya meningkat.
4	Berapa jumlah muzakki yang terkumpul setiap tahunnya?	Jumlah Muzakki pada tahun 2021 (1.755 Jiwa), 2022 (1.958 Jiwa).
5	Apa yang membuat jumlah muzakki meningkat?	1. Peningkatan penduduk setiap tahun, karena zakat adalah setiap jiwa khususnya zakat fitrah, jadi setiap tahun semakin meningkat . 2. kepercayaan muzakki kepada UPZ itu juga semakin meningkat, sehingga mereka mengumpulkan zakatnya di setiap masjid.
6	Apa yang Bapak lakukan setiap ingin mengumpulkan zakat?	Sosialisasi bahwa sudah ada aturan pengelolaan zakat tahun ini, kemudian mengumumkan kepada masyarakat kapan dan dimana tempat pengumpulan zakat.
7	Bagaimana cara UPZ memaksimalkan pengumpulan zakat	Berkoordinasi dengan pemerintah desa dan bekerjasama dengan pengurus-pengurus masjid karena pengumpulannya itu di masjid.
8	Siapa yang menjadi target UPZ?	Target Unit Pengumpul Zakat yaitu semua masyarakat yang beragama Islam yang menetap di desa Gareccing, baik itu yang tinggal di dusun Bulujampi, Lita-Litae, atau Tanah

		Tengnga. Agar semuanya mengetahui UPZ kami sebagai pengurus membentuk pelaksana tugas di setiap masjid untuk mensosialisasikan UPZ itu sendiri. Karena kantor UPZ belum ada, maka kami memanfaatkan masjid sebagai tempat mengumpulkan zakat. Hal ini menjadi salah satu alasan masyarakat tidak mengetahui UPZ karena yang mereka ketahui bahwasanya untuk membayar zakat bisa melalui pengurus masjid
9	Apakah keberadaan UPZ sudah diketahui oleh semua masyarakat desa Gareccing?	Diketahui, tapi belum semua masyarakat mengetahui UPZ. Tapi masyarakat mengetahui tempat mengumpulkan zakat itu di masjid, tapi mungkin keseluruhan masyarakat belum mengetahui kalau itu UPZ.
10	Bagaimana cara Bapak berkomunikasi dengan masyarakat terkait adanya UPZ?	Bersosialisasi, kemudian ketika turun di masyarakat memberikan zakat atau bantuan dari BAZNAS kami sampaikan bahwa kami adalah UPZ desa Gareccing, sehingga UPZ ini bisa diketahui masyarakat.
11	Apakah setelah memperkenalkan UPZ kepada masyarakat membuat masyarakat membayar zakatnya melalui UPZ?	Relevan. Tergantung dari kepercayaan masyarakat terhadap kami.

12	Bagaimana cara bapak berkomunikasi untuk mendorong masyarakat membayar zakat?	Untuk mendorong masyarakat membayar zakat, kami menjelaskan tentang aturan-aturan dalam zakat, pahala-pahala yang diperoleh ketika berzakat, kewajiban berzakat, dan untuk apa zakat itu ketika sudah terkumpul.
13	Dimana saja bapak mensosialisasikan UPZ?	Dalam mensosialisasikan Unit Pengumpul Zakat Desa Gareccing saya menggunakan media sosial seperti Facebook, status dan grup – grup Whatsapp khususnya desa Gareccing, selain itu saya juga mensosialisasikan di masjid – masjid.
14	Bagaimana respon masyarakat terkait adanya UPZ?	Positif.
15	Apa saja faktor pendukung UPZ dalam mengumpulkan zakat?	Faktor pendukung UPZ dalam mengumpulkan zakat yaitu adanya kerja sama dengan para pengurus masjid, selain itu adanya perhatian dari pemerintah yang selalu mendukung dan mendorong masyarakat untuk mengumpulkan zakatnya kepada kami. Kemudian kami sudah tidak repot karena sudah ada panduan dan aturan dari BAZNAS, dan ada aplikasi yang memudahkan dalam perhitungan zakat.

16	Apa saja faktor penghambat UPZ dalam mengumpulkan zakat?	Terkadang masih ada masyarakat yang memberikan zakatnya langsung kepada fakir miskin tidak melalui amil. Beberapa masyarakat juga masih ada yang menganggap bahwa tidak usah mengumpul zakat di UPZ.

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI UNIT PENGUMPUL ZAKAT (UPZ) DALAM PENGUMPULAN ZAKAT DI DESA GARECCING KECAMATAN SINJAI SELATAN KABUPATEN SINJAI

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sinjai

A. Data Pribadi

Nama : Ahmad Muzakkir, Lc.
 Tempat/ Tanggal Lahir : Sinjai, 20 Desember 1971
 Jabatan : Ketua BAZNAS
 Hari/Tanggal : Kamis, 13 Juli 2023

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Strategi apa yang dilakukan BAZNAS Sinjai dalam pengumpulan zakat?	Salah satu tupoksi BAZNAS kan pengumpulan, pencatatan dan pendistribusian. Untuk pengumpulan memang bertumpu pada edukasi. Mengedukasi masyarakat supaya memahami pentingnya membayar zakat. Kedua membuat sarana untuk memudahkan pembayaran zakat salah satunya dengan membentuk Unit

		Pengumpul Zakat dan basisnya itu di setiap instansi, komunitas, dan desa atau kelurahan.
2	Apa yang melatarbelakangi dibentuknya UPZ?	Tujuan dibentuknya Unit Pengumpul Zakat untuk memudahkan lagi pendistribusian edukasi ke masyarakat karena kalau fokus ke kantor akan kurang masif. Kalau disebar di semua kalangan masyarakat akan cepat lagi pendistribusian informasinya tentang zakat ini, apalagi untuk desa dan kelurahan. Karena sebenarnya banyak pembayar zakat yang tidak melakukannya karena kurang pengetahuan tentang zakat. Sehingga kehadiran UPZ diharapkan bisa mentransfer ilmu tentang zakat kepada mereka.
3	Apa yang menjadi visi misi terbentuknya UPZ?	Untuk visi misi UPZ itu sama dengan visi misi BAZNAS itu sendiri. Bagaimana mengembangkan pengelolaan zakat melalui edukasi yang masif, itu menjadi visi kita, bagaimana memberikan semangat untuk melakukan apa yang menjadi pengetahuannya, kan kalau cuma edukasi saja tapi tidak dilakukan kan

		sia-sia.
4	Apa saja tugas UPZ?	Tugas UPZ sama dengan BAZNAS diman 3 pokok yaitu pengumpulan, pendistribusian dan pencatatan. Tetapi semua yang dilakukan UPZ harus dilaporkan ke BAZNAS kabupaten, termasuk pendistribusiannya walaupun dikumpulkan masing-masing semua pengumpulannya harus tercatat k eke rekening pusat atau rekening BAZNAS kabupaten, kemudian ditransfer lagi ke rekening UPZ masing-masing untuk dibagikan.
5	Seperti apa BAZNAS Sinjai memberikan pengarahan kepada UPZ?	Pengarahan yang sudah dilakukan kepada Unit Pengumpul Zakat berupa pemberian edukasi dalam rapat umum. Kami pihak BAZNAS mendatangi setiap kecamatan kemudian mengumpulkan semua UPZ Desa atau Kelurahan. Kemudian kita spesifikkan lagi kita mendatangi UPZ masing-masing lalu mengumpulkan pengurusnya, menghadirkan perangkat desa kemudian kami edukasi supaya saling menguatkan antara amil UPZ dengan pengambil keputusan di daerah masing-masing, agar dalam mensosialisakan zakat dapat berjalan

		sesuai yang diharapkan.
6	Menurut Bapak/Ibu, bagaimana perkembangan UPZ Desa Gareccing dalam mengumpulkan zakat?	Khususnya Sinjai Selatan masih kurang maksimal, karena masih menunggu arahan dari BAZNAS untuk jalan sehingga tidak ada inisiatif tersendiri untuk diajukan.
7	Apakah BAZNAS Sinjai melakukan sosialisasi untuk meningkatkan jumlah Muzakki? Bagaimana sistem kegiatan sosialisasi tersebut?	Sepanjang kepengurusan selalu adakan sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan termasuk mengedukasi/ menyampaikan kepada muzakki tentang penyaluran yang kita lakukan dari zakat yang dikumpulkan itu termasuk edukasi yang efektif. Menyampaikan pada pembayar zakat bahwa ini dilakukan dengan harta dari dana zakat dan infaq yang kita bayarkan. Di gareccing sendiri sudah ada rumah yang dibantu di sana, kemudian banyak sekali bantuan sosial bahkan bantuan orang zakit.
8	Apakah dalam sosialisasi yang dilakukan juga mensosialisasikan UPZ?	Iya, artinya setiap diadakan sosialisasi kita sampaikan bahwa disemua unit ada UPZnya, kemudian kepada masyarakat yang terkadang bertanya kepada kita “kemana kita harus membayar zakat?” kita edukasi bahwa di setiap desa kelirahan ada UPZnya.
9	Apa harapan Bapak untuk UPZ ke depannya?	Supaya UPZ ini betul-betul mengembangkan dirinya dengan cara

		menumbuhkan keyakinan dan pengetahuannya bahwa pengelolaan zakat yang benar in syaa Allah adalah salah satu sarana untuk penentasan kemiskinan dan kebodohan,
--	--	---

DOKUMENTASI



Wawancara bersama Ketua UPZ Bapak Mansur Doktoro



Wawancara bersama Sekretaris UPZ Bapak Jamaluddin Tola.



Wawancara bersama Bendahara UPZ Bapak M. Ilyas, S.Pd.I., M.Pd



Wawancara bersama Ketua BAZNAS Kab. Sinjai Bapak Ahmad Muzakkir, Lc.

Surat Permohonan Izin Penelitian



**UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

**FAKULTAS USHULUDDIN
DAN KOMUNIKASI ISLAM**

Nomor : 151.D2/III.3.AU/F/2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Sinjai, 20 Dzulqaidah 1444 H
9 Juni 2023 M

Kepada Yang Terhormat

Ketua Unit Pengumpul Zakat Desa Garececing Kec. Sinjai Selatan
di

Sinjai,-

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan memohon rahmat dan Ridha Allah SWT, semoga aktifitas keseharian kita bernilai ibadah disisi-Nya. Amin.

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) **Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam (FUKIS) UI Ahmad Dahlan**, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **Azizah Azzahrah**
NIM : 190208003
Prodi Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : VIII (Delapan)

akan mengadakan penelitian dengan judul :

"Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Penerimaan Zakat di Desa Garececing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai "

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian **Desa Garececing Kec. Sinjai Selatan**.

Atas perhatian dan kerjasama kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,

Dr. Suriati, M.Sos.1
UIAD SINJAI 948500



**UAD UNIVERSITAS ISLAM
AHMAD DAHLAN**

**FAKULTAS USHULUDDIN
DAN KOMUNIKASI ISLAM**

Nomor : 152.D2/III.3.AU/F/2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Sinjai, 20 Dzulqaidah 1444 H
9 Juni 2023 M

Kepada Yang Terhormat

Ketua Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Sinjai
di

Sinjai,-

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan memohon rahmat dan Ridha Allah SWT, semoga aktifitas keseharian kita bernilai ibadah disisi-Nya. Amin.

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) **Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam (FUKIS) UI Ahmad Dahlan**, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **Azizah Azzahrah**
NIM : 190208003
Prodi Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : VIII (Delapan)

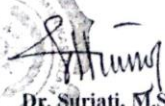
akan mengadakan penelitian dengan judul :

**"Strategi Komunikasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Penerimaan Zakat di
Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai "**

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian **Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Sinjai**.

Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,

Dr. Suriati, M.Sos. H.
NBM. 948500

Surat Keterangan Telah Meneliti



Nomor : 36/BAZNAS-SNJ/VII/2023
 Lampiran :
 Perihal : Telah Menyelesaikan Penelitian

Sinjai, 25 Dzulhijjah 1444 H
 13 Juli 2023 M

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam
 Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai
 di-

Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Salam sejahtera buat kita semua, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, rahmat, dan hidayahnya dalam menjalankan aktifitas keseharian kita. Aamiin

Berdasarkan Surat Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam, Nomor 152.D2/III.3.AU/F/2023 tanggal 09 Juni 2023 Perihal Izin Penelitian, maka bersama ini Kami sampaikan bahwa Mahasiswa yang berketerangan di bawah ini:

Nama : Azizah Azzahra
 NIM : 190208003
 Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Semester : VIII (Delapan)

Telah selesai melakukan Penelitian di Kantor BAZNAS Kab. Sinjai terhitung mulai tanggal 08 Juli–13 Juli 2023 untuk memperoleh data dalam rangka mengadakan Penelitian yang berjudul "Strategi Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Dalam Pengumpulan Zakat di Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai."

Demikian surat ini kami buat, agar dapat di gunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Ketua BAZNAS Kab. Sinjai

 AHMAD MUZAKKIR, Lc

Kantor BAZNAS Sinjai :

Jl. Persatuan Raya No. 111 Sinjai, Sulawesi Selatan, Kode Pos : 92611
 Telp/SMS/WA : 0822-5111-1136, Email : baznaskab.sinjai@baznas.go.id, Web : baznas.sinjaikab.go.id

BIOADATA PENULIS



Nama : Azizah Azzahra

Nim : 190208003

Ttgl : Sinjai, 23 Februari 2001

Sertifikat/ prestasi:

1. Juara 1 Kaligrafi Putri pada Mushabaqah Tilawatil Qur'an Ke- I Tingkat Desa Gareccing Kec. Sinjai Selatan Kab. Sinjai
2. Peserta Kegiatan Masa Ta'aruf (MASTA) Akademik yang diselenggarakan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa IAIM Sinjai pada tanggal 26-29 Agustus 2019
3. Peserta Darul Arqam Dasar (DAD) Akbar angkatan III yang diselenggarakan oleh Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (PK. IMM) pada tanggal 31 Agustus - 05 September 2019
4. Peserta Seminar Pelatihan Karya Tulis Ilmiah (KTI) yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai pada tanggal 22 September 2019
5. Panitia Seminar Publik Speaking yang diselenggarakan oleh HIMKOPIS IAIM Sinjai pada tanggal 28 September 2019
6. Peserta pada acara Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) ke-42 Tingkat Kecamatan Sinjai Selatan yang dilaksanakan pada tanggal 08 - 13 Februari 2020 di Desa Palae Kec. Sinjai Selatan
7. Juara II Cabang Khath Al Qur'an Gol. Kontemporer Puteri dalam kegiatan Musabaqah Tilawatil Qur'an ke XLI tingkat Kabupaten Sinjai tahun 2020

8. Peserta Roadshow Remaja yang dilaksanakan oleh BPH PIK M Ahmad Dahlan IAIM Sinjai pada tanggal 21 Maret 2021.
9. Panitia pada kegiatan Festival Keislaman yang diselenggarakan oleh Kementrian Keagamaan Dewan Eksekutif Mahasiswa IAIM Sinjai pada tanggal 01-03 April 2021
10. Peserta Workshop Jurnalistik yang dilaksanakan oleh Kementrian Komunikasi dan Informasi Dewan Eksekutif Mahasiswa IAIM Sinjai pada tanggal 27 Juni 2021
11. Peserta Pelatihan Jurnalistik yng diselenggarakan oleh Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIM Sinjai yang bekerja sama dengan Pimpinan Daerah Pemuda Muhammadiyah Kabupaten Sinjai pada tanggal 16-18 November 2021
12. Juara II Kaligrafi Kontemporer Putri pada Musabaqah Tilawatil Qur'an ke - 43 tingkat Kecamatan Sinjai Selatan yang dilaksanakan pada tanggal 21-26 Februari 2022
13. Peserta pada kegiatan Pelatihan Hipnoterapi, Konseling Qur'ani dan Public Speaking yg diselenggarakan oleh Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAIM Sinjai pada tanggal 05-06 Oktober 2022
14. Peserta dalam Webinar Nasional yang diselenggarakan oleh Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunisasi Islam IAIM Sinjai pada tanggal 05 November 2020
15. Peserta dalam Webinar Nasional yang diselenggarakan oleh Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunisasi Islam IAIM Sinjai pada tanggal 07 November 2020
16. Peserta pada kegiatan Seminar Bedah Gestur yang diselenggarakan oleh Bidang Keilmuan Himpunan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIM Sinjai pada tanggal 27 Maret 2022
17. Mahasiswa Terbaik Tingkat Prodi Tahun Akademik 2020/2021 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAIM Sinjai
18. Mahasiswa Terbaik Tingkat Prodi Tahun Akademik 2021/2022 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAIM Sinjai

Organisasi:

1. Himpunan Mahasiswa Pogram Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (HIMKOPIS) UIAD Sinjai, sekretaris Bidang Internal dan Eksteral, Tahun 2020-2021
2. Himpunan Mahasiswa Pogram Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (HIMKOPIS) UIAD Sinjai, Bidang Internal dan Eksternal, Tahun 2021-2022
3. Pusat Informasi dan Konseling Mahasiswa (PIK M) Ahmad Dahlan UIAD Sinjai, Anggota Bidang Media dan Komunikasi, Tahun 2020-2021



SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN

Sehubungan dengan kewajiban Tes **Turnitin** dengan **Similarity Check** minimal 30% sebagai salah satu kelengkapan persyaratan administrasi bagi mahasiswa, dengan ini Lembaga Perpustakaan UIAD Sinjai menerangkan bahwa:

Nama : **Azizah Azzahra**
Nim : **190208003**
Prodi : **KPI**
File : **Skripsi**
Status : **Lulus dengan 29 % Similarity Check**

Adalah benar telah dilakukan **Similarity Check** dan **Lulus** sebagaimana data terlampir, dan surat ini dibuat berdasarkan keadaan yang sebenarnya untuk bisa dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 14 September 2024

Kepala Perpustakaan

UIAD.

Irwan Setiawan, S.I.P., M. I. Kom

NBM : 1341989



Similarity Report ID: oid:3618:66855109

PAPER NAME

190208003

AUTHOR

AZIZAH AZZAHRA

WORD COUNT

8466 Words

CHARACTER COUNT

55881 Characters

PAGE COUNT

47 Pages

FILE SIZE

854.6KB

SUBMISSION DATE

Sep 13, 2024 11:22 PM PDT

REPORT DATE

Sep 13, 2024 11:23 PM PDT

● 29% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 29% Internet database
- 9% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

