

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang ketiga, serta satu satunya ibadah dalam syariat Islam secara eksplisit dinyatakan ada petugasnya¹. Zakat termasuk dalam katagori ibadah, seperti: salat, haji, dan puasa yang telah diatur berdasarkan Al-Quran dan As-Sunnah.² Oleh sebab itu hukum zakat wajib (fardhu) atas setiap muslim yang telah memenuhi syarat.

Bagi umat Islam zakat adalah sebuah keniscayaan yang wajib dilakukan bagi yang mampu. Sebagaimana Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ
إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. dan Allah SWT maha mendengar lagi maha mengetahui. (Q.S.At-Taubah:103).

Zakat bukan saja kewajiban dalam keberagamaan, tetapi juga diatur dalam kehidupan bernegara. Hal ini dapat dilihat pada UU no. 23 tahun

¹Rahmi Hidayah, "Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat (Laz) Swadaya Ummah Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Di Pekanbaru", Jom FISIP, Volume 2 No. 2 Oktober, 2015, hlm. 2.

²Dokumen Buku Laporan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jepara Tahun 2016.

2011 dengan PP no. 14 tahun 2014 yang mewajibkan setiap muslim untuk berzakat (bagi yang mampu).³

Melihat pentingnya zakat maka harus ada pengelolaan yang baik di dalamnya, di dalam pengelolaan zakat tidak hanya dilakukan oleh individu akan tetapi juga dalam bentuk organisasi agar nantinya memiliki manajemen yang baik di dalam mengumpulkan, mengelola dan menyalurkan dana zakat.

Salah satu pengelola zakat yang resmi di Jepara adalah Badan Amil Zakat Nasional atau yang di sebut dengan BAZNAS Kabupaten Jepara. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Jepara dibentuk oleh SK Bupati No.165 tahun 2008, yang bertugas mengumpulkan, mendistribusikan, dan mendayagunakan zakat sesuai ketentuan agama, serta berfungsi sebagai jembatan antara muzakki dan mustahik.

Dalam sebuah lembaga, rencana strategis sangatlah dibutuhkan karena berkaitan dengan strategi komunikasi yang nanti didalamnya akan tergambar secara jelas hal apa saja yang harus dilakukan sehingga tujuan dapat dicapai dengan efektif.⁴

Strategi komunikasi sangat menentukan sejauh mana kita mengerahkan seluruh kekuatan dan sumber daya demi tercapainya visi dan misi komunikasi. Strategi berguna sebagai pembimbing komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi.⁵

³Dokumen Profil Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jepara Tahun 2016.

⁴Rahmi Hidayah, *op.cit.*, hlm. 3.

⁵Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 254.

Komunikasi yang kurang tepat bisa menjadi faktor utama, setiap komunikasi harus direncanakan, diorganisasikan, ditumbuhkembangkan agar menjadi komunikasi yang lebih berkualitas.

komunikasi sangatlah penting untuk terciptanya tujuan, dengan strategi komunikasi yang baik dapat menetapkan atau menempatkan posisi seseorang secara tepat dalam komunikasi dengan lawan komunikasinya sehingga dapat mencapai tujuan komunikasi.⁶

Namun kesadaran masyarakat belum terasa dalam berzakat. Dilihat dari perolehan Badan Amil Zakat Nasional (BASNAZ) Kabupaten Jepara tahun 2008 yang hanya Rp. 37.000.000,- padahal Pemerintah Daerah Kabupaten Jepara sudah membantu biaya operasional sebesar Rp. 40.000.000,- .

Hal tersebut membuat keprihatinan, semestinya perolehan zakat di Indonesia dalam setahun Rp. 213.000.000.000,000,-. Akan tetapi kenyataannya baru terinventarisasi sekitar Rp. 2.000.000.000,000,- (< 1%).⁷

Komunikasi sebagai salah satu aspek penting bagi lembaga atau organisasi karena memerlukan perhatian dan perencanaan yang tepat. Oleh sebab itu, perlu adanya pengelolaan informasi yang baik dan dengan strategi komunikasi yang tepat sebagai langkah mencapai tujuan organisasi atau lembaga.

⁶*ibid.*, hlm. 238.

⁷Dokumen Profil Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jepara Tahun 2016.

Perkembangan pengelolaan zakat di Jepara sangat dipengaruhi oleh pemerintah setempat. Sekitar 2 tahun terakhir BAZNAS Kabupaten Jepara telah melangkah menuju yang lebih baik. Dalam menjalankan kegiatan BAZNAS Kabupaten Jepara mempunyai kebijakan bahwa zakat tidak boleh dipaksakan tetapi melalui penghayatan dan kesadaran.

Oleh karena itu sosialisasi dan jemput bola harus dilakukan secara terus menerus. Kebijakan lain adalah mengupayakan agar PNS, BUMN, BUMD dapat menjadi sponsor dan pelopor dalam penunaian zakat, sesuai Surat Edaran Mendagri no. 450. 12/5882A/SJ tentang ajakan penyaluran zakat melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan ditindak lanjuti oleh Surat Edaran Bupati Jepara no. 451.2/5224.⁸

Hal ini dapat dilihat dari perkembangan dua tahun terakhir yang selalu mengalami peningkatan (2015-2016). Berikut akan disajikan tabel perkembangan BAZNAS Kabupaten Jepara dua tahun terakhir⁹:

Tabel 1.1 Pendapatan Hasil Zakat

Jenis	2015	2016
Zakat Maal BAZNAS	Rp 677.447.347	Rp 985.655.599
Zakat Maal Kecamatan	Rp 5.820.951.606	Rp 4.668.623.300
Zakat Fitrah	Rp 14.474.500.000	Rp 14.666.714.250

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa secara umum perkembangan zakat selama dua tahun terakhir selalu mengalami

⁸ Dokumen Buku Laporan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jepara Tahun 2016.

⁹ *ibid.*

peningkatan. Perbedaan yang signifikan terlihat pada tahun 2016 dimana BAZNAS Kabupaten Jepara mendapatkan penghargaan dari Kementerian Agama dengan pendapatan yang besar dan sebagai BAZNAS yang aktif.

Apa yang telah di hasilkan oleh BAZNAS Kabupaten Jepara tidak lepas dari strategi komunikasi maupun manajemen organisasi. Strategi komunikasi adalah panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.¹⁰

Strategi komunikasi menentukan sejauh mana kita mengerahkan sumber daya demi tercapainya visi dan misi komunikasi.¹¹ Dimana proses komunikasi ini merupakan serangkaian tahapan berurutan yang melibatkan komponen – komponen komunikasi berupa komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.¹²

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi BAZNAS dalam pelaksanaan pengumpulan zakat. Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi BAZNAS Kabupaten Jepara dalam Pelaksanaan Pengumpulan Zakat Tahun 2016”.

¹⁰Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 32.

¹¹Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 254.

¹²Rahmi Hidayah, “*Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat (Laz) Swadaya Ummah Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki Di Pekanbaru*”, Jom FISIP, Volume 2 No. 2 Oktober, 2015, hlm. 3.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul di atas, penulis mengungkapkan beberapa masalah yang dibahas dalam penelitian adapun sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan BAZNAS Kabupaten Jepara tahun 2016 dalam pelaksanaan pengumpulan zakat?
2. Adakah gangguan dalam pengumpulan zakat?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan BAZNAS Kabupaten Jepara tahun 2016 dalam pelaksanaan pengumpulan zakat. Serta adakah gangguan dalam pengumpulan zakat.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis bagi peneliti dan para pembaca. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi tambahan pengetahuan tentang strategi komunikasi yang dilakukan BAZNAS, khususnya dalam pelaksanaan pengumpulan zakat di Kabupaten Jepara.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sarana dalam meningkatkan pengetahuan metodologi penelitian dan sarana menerapkan langsung teori yang didapat di bangku kuliah dalam kegiatan pembelajaran nyata. Serta penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi

positif bagi proses pengumpulan zakat, pembaca mampu memahami bagaimana komunikasi yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Jepara untuk mengajak para masyarakat untuk berzakat.

E. Kajian Pustaka

Dari penelusuran penulis terhadap karya ilmiah, pembahasan dalam penelitian ini yaitu” Strategi Komunikasi BAZNAS Kabupaten Jepara Dalam Pelaksanaan Pengumpulan Zakat Tahun 2016” secara khusus belum ada yang meneliti dan membahasnya, namun dasar teori yang digunakan secara umum telah dikemukakan dalam beberapa penelitian, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, skripsi Danang Budi Utomo “*Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur*”. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2014. Penelitian ini bertujuan mencari tahu bagaimana strategi komunikasi Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam menjaga loyalitas donaturnya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif analitis. Metode yang digunakan seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa menjaga loyalitas donatur Dompot Dhuafa menggunakan strategi komunikasi yang cukup efektif yaitu melakukan klasifikasi donatur, audit keuangan, membuat

laporan secara berkala, serta melakukan kegiatan CRM Strategi, CRM Analisis, dan CRM Operasional yang baik.¹³

Perbedaan antara karya Danang Budi Utomo dengan penelitian ini adalah badan atau instansi yang diteliti. Penelitian ini sama-sama meneliti sebuah lembaga nirlaba. Selain itu objek dari penelitian ini adalah pengumpulan zakat.

Kedua, skripsi hasil penelitian Pambayun Menur Seta “*Strategi Komunikasi PT.Kaha Event Management Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*”. Skripsi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2014. Metode Penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT.Kaha Event Management telah mempertahankan dua belah pihak yaitu internal dan pihak eksternal. Strategi yang diterapkan oleh PT.Kaha Event Management yakni perumusan strategi, Implementasi strategi, serta evaluasi strategi, telah diaplikasikan dengan baik sehingga pelanggan menjadi loyal.

¹³Danang Budi Utomo, “*Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur*”. Skripsi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (Jakarta, 2014), hlm. i.

Perbedaan antara karya Pambayun Menur Seta dengan penelitian ini adalah badan atau instansi yang diteliti. Penelitian ini meneliti sebuah lembaga waralaba sedangkan penulis meneliti lembaga nirlaba. Selain itu penelitian ini lebih fokus kepada kajian strategi komunikasi bukan fokus terhadap menjaga loyalitas pelanggan. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jepara dalam pengumpulan zakat.¹⁴

Ketiga, dalam skripsi Faiz Aulia Rahman “*Manajemen Zakat Dibadan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta*”. Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2014. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif, yang subyeknya adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta. Pendekatan penelitian ini menggunakan proses dan fungsi Implementasi Manajemen. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Manajemen di BAZNAS Kota Yogyakarta terkait dengan pendekatan terhadap *muzakki*, *munfiq* dan *mushaddiq* yang diterapkan dalam empat

¹⁴Pambayun Menur Seta, “*Strategi Komunikasi PT.Kaha Event Management Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*”, skripsi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (Jakarta, 2014), hlm. i.

proses Impelentasi Manajemen, meliputi : perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.¹⁵

Tabel 1.2 Ringkasan Hasil Penelitian

No	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Danang Budi Utomo Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2014. Judul Penelitian : Strategi Komunikasi <i>Customer Relationship Management</i> Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur.	Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif analitif dan teknik pengumpulan data yang digunakan seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasis.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa menjaga loyalitas donatur Dompot Dhuafa menggunakan strategi komunikasi yang cukup efektif yaitu melakukan klasifikasi donatur, audit keuangan, membuat laporan secara berkala, serta melakukan kegiatan CRM Stategi, CRM Analisis, dan CRM Operasional yang baik
2	Pambayun Menur Seta Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2014. Judul Penelitian: Strategi Komunikasi PT.Kaha Event Management Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.	Metode Penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Kemudian sumber data yang digunakan melalui observasi langsung, wawancara, dan domumentasi	Hasil dari penelitian ini bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT.Kaha Event Management yakni perumusan strategi, Implementasi strategi, serta evaluasi strategi, telah diaplikasikan dengan baik sehingga pelanggan menjadi loyal.

¹⁵Faiz Aulia Rahman, “*Manajemen zakat dibadan amil zakat nasional (BAZNAS) kota Yogyakarta*”, skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, (Yogyakarta, Tahun 2014).

3	Faiz Aulia Rahman “Manajemen zakat dibadan amil zakat nasional (BAZNAS) kota Yogyakarta”. Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2014.	Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif- kualitatif, yang subyeknya adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Impelentasi Manajemen di BAZNAS Kota Yogyakarta terkait dengan pendekatan terhadap <i>muzakki</i> , <i>munfiq</i> dan <i>mushaddiq</i> yang diterapkan dalam empat proses Impelentasi Manajemen, meliputi : perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan
---	--	---	---

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, penelitian yang penulis lakukan jelas berbeda, karena penulis meneliti tentang strategi komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam pelaksanaan pengumpulan zakat tahun 2016. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

F. Penegasan Istilah

1. Strategi

Strategi adalah perspektif, posisi, rencana, dan pola. Strategi adalah jembatan yang menghubungkan kebijakan dengan sasaran atau konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi, dan harapan yang membimbing untuk

menyusun suatu kerangka pemikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya tujuan.¹⁶

2. Komunikasi

Komunikasi adalah proses atau tindakan untuk mengalihkan pesan dari suatu sumber kepada penerima melalui saluran dalam situasi adanya gangguan dan interferensi. Komunikasi sebagai proses dan tindakan merupakan konsep dari kata “berkomunikasi” atau *communicate* juga berasal dari kata *common* yang artinya membagi, mengirimkan, mengalihkan, berbicara, isyarat, menulis, dan menghubungkan.¹⁷

Menurut Everett M. Rogers dalam bukunya Hafied cangara mendefinisikan komunikasi yakni “ komunikasi adalah proses dimana suatu ide dilahirkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”¹⁸

3. BAZNAS

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah sebuah lembaga yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan UU No.23 th 2011 dan PP.No.14 th 2014. Di tingkat pusat dengan SK Presiden atas usul Menteri Agama. Di tingkat Provinsi dengan SK Gubernur atas pertimbangan BASNAZ pusat. Pada tingkat Desa/Kelurahan Dinas/ Badan/Kantor/Instansi lain dapat dibentuk Unit Pengumpulan Zakat

¹⁶Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 239.

¹⁷*Ibid.*, hlm. 31.

¹⁸Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, cet. II, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hlm. 35.

(UPZ) oleh BAZNAS Kabupaten. BAZNAS Kabupaten Jepara dibentuk dengan SK Bupati No.451.5/17 tahun 2014.

BAZNAS berfungsi sebagai jembatan antara muzakki dan mustahik dalam penyaluran zakat dan sebagai lembaga yang membantu bagi kemaslahatan umat harus bisa menjadi pihak terdepan, amanah dan profesional secara manajeral.¹⁹

4. Pengumpulan Zakat

Pengumpulan adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan; perhimpunan, pengerahan.²⁰ Sedangkan zakat berarti mengeluarkan sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah (bagi yang mampu) dan diserahkan kepada orang-orang yang berhak.²¹ zakat itu akan menyucikan orang yang mengeluarkannya dan akan menumbuhkan pahalanya.²² Adapun maksud dari pengumpulan zakat dalam penelitian ini adalah suatu tindakan/perbuatan mengumpulkan harta yang diserahkan untuk kebajikan dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan Allah SWT.

G. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian deskriptif sering disebut

¹⁹Buku Laporan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jepara Tahun 2016.

²⁰Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cet. ke- II, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 475.

²¹Dokumen Buku Laporan Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jepara tahun 2016, hlm.1.

²²Wahbah Al-Zuhayly, *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, cet. ke-7, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), terj. (Agus Effendi dan Bahrudin Fananny), hlm.82-85.

penelitian survey.²³ Atau *field research* yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan.²⁴

2. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah Badan Amil Zakat Nasional, yang didalamnya terdapat pengurus atau pengelola yang dapat dijadikan sumber informasi dalam pelaksanaan pengumpulan zakat. Sedangkan obyek penelitian ini adalah strategi komunikasi Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Jepara dalam pelaksanaan pengumpulan zakat tahun 2016.

3. Sumber Data

Adapun data yang penulis gunakan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

a. Data Primer

Dalam hal ini peneliti mengambil data melalui penelitian langsung melalui pihak yang terkait dengan pembahasan ini guna memperoleh data-data mengenai strategi komunikasi BAZNAS dalam pengumpulan zakat. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.²⁵

²³Mayshuri, dan M. Zainuddin, *Metodologi Penelitian: pendekatan praktis dan aplikatif*, cet. II, (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), hlm. 34.

²⁴Suharsimi Arikunto, *Metodologi Research 1*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), hlm.11.

²⁵Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), hlm.

Peneliti mendatangi langsung dan mewawancarai Ketua, dan para pegawai BAZNAS Kabupaten Jepara untuk mendapatkan data terkait strategi komunikasi BAZNAS dalam pengumpulan zakat.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subyek penelitian. Data sekunder biasanya terwujud data dokumentasi atau data yang telah tersedia.²⁶

Dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi melalui buku, jurnal, surat kabar, artikel, media internet atau data-data yang dikeluarkan oleh BAZNAS.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data.²⁷ Sesuai dengan bentuk penelitian kualitatif, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. *Interview* (wawancara)

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab, sambil bertatap muka antara penanya dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat *interview guide* (panduan wawancara)²⁸

²⁶Afifuddin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka setia, 2009), hlm. 92.

²⁷Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 62.

²⁸*Ibid*, hlm.193.

Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang akurat dari ketua Baznas Jepara dan para pegawai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan untuk pengumpulan zakat.

b. Observasi

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Pengamatan data secara langsung dilaksanakan terhadap subyek sebagaimana adanya dilapangan, atau dalam suatu percobaan baik di lapangan atau di dalam laboratorium.²⁹

Dalam penelitian ini penulis datang langsung ke lokasi yang menjadi tempat penelitian, serta mengamati dan mencatat strategi komunikasi yang digunakan dalam pengumpulan zakat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, majalah, notulen rapat, dan lain sebagainya.³⁰ Dalam penelitian ini, penulis dapat memperoleh dari arsip dokumen-dokumen resmi BAZNAS Kabupaten Jepara mengenai hasil pengumpulan zakat serta dapat memperjelas metode wawancara dan observasi.

²⁹Moh.Nazir, *Metode Penelitian*, cet.8, (Bogor: Ghalia Indonesia 2013), hlm. 175-176.

³⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm.206.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu suatu teknik analisis data dimana penulis mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³¹ Agar penulis mengetahui strategi komunikasi yang digunakan BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) Kabupaten Jepara. Serta adakah faktor penghambat dalam pengumpulan zakat.

H. Sistematika

Dalam penulisan penelitian ini akan dibagi tiga bagian, yakni bagian awal, kedua bagian isi, dan ketiga bagian akhir.

1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini meliputi : halaman judul, nota pembimbing, halaman pengesahan, deklarasi, motto, persembahan, abstrak, kata pengantar, dan daftar isi.

2. Bagian Isi

Bagian ini terdiri dari lima bab, yang masing-masing bab mempunyai sub bab tersendiri :

³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cet. 14, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 244.

BAB I: Pendahuluan, merupakan gambaran secara global mengenai seluruh isi dari skripsi, yang meliputi Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II: landasan teori, dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang kajian strategi komunikasi yang meliputi: pengertian strategi komunikasi, tujuan strategi komunikasi, unsur-unsur komunikasi, jenis-jenis komunikasi, dan hambatan dalam berkomunikasi.

BAB III: Objek Kajian dalam bab ini penulis akan memberikan gambaran umum Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), yang meliputi sejarah berdirinya BASNAZ, Visi, Misi BAZNAS, Program kerja, struktur organisasi, strategi pelaksanaan pengumpulan zakat di BAZNAS, jenis komunikasi yang digunakan dalam pengumpulan zakat, gangguan dalam pengumpulan zakat serta data tentang orang atau lembaga yang melaksanakan zakat.

BAB IV: Analisis, Bab ini merupakan analisis strategi komunikasi BAZNAS Kabupaten Jepara dalam pelaksanaan pengumpulan zakat tahun 2016.

BAB V: Penutup dalam bab ini, berisi kesimpulan, dan saran.

3. Bagian Akhir

Skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka, daftar riwayat hidup penyusun dan lampiran-lampiran.