

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting, namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan oleh manusia lain. Baik yang sudah dikenal maupun yang tidak di kenal sama sekali.¹ Kehidupan manusia tidak lepas dari aktivitas komunikasi, aktivitas komunikasi dapat dilihat pada setiap aspek kehidupan manusia sehari-hari, yaitu sejak dari bangun tidur sampai beranjak tidur pada malam hari. Komunikasi menentukan kualitas hidup kita. Dengan komunikasi kita membentuk saling pengertian menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih-sayang, menyebarkan pengetahuan, dan melestarikan peradaban.² Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial. Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain yang karena berhubungan menimbulkan interaksi sosial, terjadinya interaksi sosial disebabkan interkomunikasi.³

Hal ini yang harus dilakukan oleh lembaga zakat, petugasnya harus bisa menjaga hubungan baik dengan donatur. Karena kalau tidak menjaga

¹ Morissan. *Manajemen Public Relations*. (Jakarta : Prenada Media, 2008), hal 37

² Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya , 2008), Hal. vii.

³ Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi* (Bandung : Rosda Karya. 2000), hal 3.

hubungan yang baik maka donatur akan enggan membayar zakat maupun shodaqoh. Zakat merupakan kewajiban yang telah disepakati oleh umat Islam. Kewajiban zakat telah ditetapkan dalam Al-Quran dan sunnah baik secara umum maupun khusus sehingga telah diketahui dengan pasti sebagai bagian dari kewajiban agama.⁴

Dalam surat Al-Baqoroh ayat 43 di jelaskan :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ٤٣

Artinya: Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'.

Zakat harus dipandang sebagai bagian dari suatu sistem yang secara struktural mampu mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran serta mendorong pertumbuhan sosial ekonomi masyarakat. Dengan demikian zakat akan menjadi suatu alat untuk memberantas kemiskinan. Memikirkan zakat dengan pendekatan sosial ekonomi berarti kita memikirkan bagaimana zakat sebagai salah satu di antara sumber – sumber ekonomi yang penggunaanya atau pengelolannya harus dilakukan sedemikian rupa agar bisa menjadi instrumen yang bisa memberikan pengaruh sosial ekonomi seperti manfaat konsumtif dan produktif secara optimal.⁵

⁴ Abdul Aziz Muhammad Azzam & Wahhab Sayyed Hawwas, *Fiqih Ibadah* (Jakarta : AMZAH 2009), Hal 345.

⁵ Muhammad dan Abubakar HM, *Manajemen organisasi zakat* (Malang : Madani, 2011). Hal 19.

Seperti ditegaskan Yusuf Qardhawi, bahwa pengaruh zakat sangat signifikan dalam menyelesaikan masalah sosial dan ekonomi, seperti mengentaskan kemiskinan, perluasan kepemilikan dengan memperbanyak volume kepemilikan, mengubah orang – orang miskin menjadi orang yang berkecukupan seumur hidup, merubah dan meningkatkan perekonomian masyarakat kecil seperti seorang pedagang yang mampu memiliki toko dan segala hal yang berkaitan dengan pekerjaan serta seorang petani yang memiliki alat bajak, maupun memiliki alat yang menunjang keterampilannya tersebut.⁶

Zakat yang dulu sering tersalurkan melalui masjid atau mushola kini sudah mulai beralih. Persoalan zakat sudah banyak dipercayakan kepada lembaga penyalur zakat, yang kini kian banyak bermunculan.

Di kota Kediri ada beberapa lembaga zakat yang mengelola zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf dengan mempunyai program unggulan sendiri – sendiri seperti :

1. Yatim Mandiri

Yatim Mandiri merupakan sebuah lembaga sosial masyarakat yang memfokuskan pada penghimpunan dan pengelolaan dana ZISWAF (zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf) serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan atau lembaga umat Islam dan menyalurkannya secara lebih profesional dengan menitikberatkan

⁶ Ibid.,20.

program untuk kemandirian anak yatim sebagai penyaluran program unggulan.⁷

2. Rumah Zakat

Rumah zakat adalah sebuah lembaga swadaya masyarakat yang memfokuskan pada pengelolaan zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf secara profesional dengan menitik beratkan program pendidikan, kesehatan, pembinaan komunitas dan pemberdayaan ekonomi sebagai penyaluran program unggulan.⁸

3. LAZISMU

LAZISMU atau Lembaga Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, sadaqah, wakaf dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya.⁹

4. LMI

Lembaga Manajemen Infaq (LMI) adalah lembaga *filantropi* profesional yang berkhidmat mengangkat harkat martabat masyarakat dhuafa (masyarakat kurang mampu) melalui penghimpunan dana ZISWA (zakat, infaq, sedekah, dan wakaf) masyarakat dan dana *corporate sosial responsibilty* perusahaan. Program-program sosial dan

⁷ “Yayasan Yatim Mandiri”, *yatimmandiri.indonetwork*, <http://atauatauyatimmandiri.indonetwork.co.id/atauaprofileatauayayasan-yatim-mandiri.htm>. di akses pada 12 maret 2015.

⁸ “Rumah Zakat Indonesia”, *wikipedia*, https://atauatauid.wikipedia.org/atauwikiatauRumah_Zakat_Indonesia. di akses pada 15 juni 2015.

⁹ “Lembaga Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah.”, *wikipedia*, https://atauatauid.wikipedia.org/atauwikiatauLembaga_Zakat_Infaq_dan_Shadaqah_Muhammadiyah. di akses 15 juni 2015.

pemberdayaan masyarakat tidak mampu yang digulirkan telah menjadikan dana masyarakat yang dihimpun LMI memiliki nilai tambah dan manfaat yang berlipat ganda bagi masyarakat kurang mampu. Karena LMI berusaha senantiasa menumbuhkan iklim transparansi dan profesionalitas untuk mengawal amanah masyarakat yang demikian besar.¹⁰

Dari beberapa lembaga zakat di atas, peneliti memilih Lembaga Yatim Mandiri, karena Yatim Mandiri mempunyai program khusus yaitu memandirikan anak yatim. Melalui program – program yang dijalankan tersebut diharapkan mampu menghimpun donatur sebanyak mungkin. Banyaknya lembaga zakat yang bermunculan di Kota Kediri sebagai imbas kesadaran masyarakat akan pentingnya menyisihkan sebagian harta sebagai tuntutan agama. Yatim Mandiri Kediri berdiri sejak tahun 2007, sebagai salah satu lembaga tertua di Kota Kediri harus mempunyai inovasi agar menjaga loyalitas para donatur. Bagaimana mempertahankan dan menghimpun donatur yang pada saat ini bermunculan lembaga – lembaga zakat yang lain.

Itulah alasan kenapa peneliti memilih penelitian di Yatim Mandiri dari pada lembaga zakat lain. Yatim Mandiri memiliki legalitas formal sebagai berikut :

Akta Notaris : Trining Ariswati, SS.H. No. 100 Tahun 1994

Surat Keterangan Domisili: 745 atau 05 atau 436.11.23.1 atau 2011

¹⁰“sekilas LMI”, *LMIzakat*, <http://atauataulmizakat.orgatauprofil-lembagaatau>. Di akses pada 15 juni 2015

Keputusan MENKUMHAM RI : AHU-2413.AH.01.02.2008

Perubahan Akta Yayasan : Maya Ekasari Budiningsih, S.H. No.12

Tahun 2008.

NPWP : 02.840.224.6-609.000 ¹¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi apa yang dijalankan lembaga Yatim Mandiri Kota Kediri dalam Menyosialisasikan program - program untuk meyakinkan donatur

B. Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah

dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimanakah Strategi Komunikasi Yatim Mandiri Kota Kediri dalam Menyosialisasikan Program - Program untuk Meyakinkan Donatur ?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi apa yang dijalankan lembaga Yatim Mandiri Kota Kediri dalam Menyosialisasikan program - program untuk meyakinkan donatur

¹¹ Observasi, di kantor Yatim Mandiri Kota Kediri, 19 juni 2015.

D. Kegunaan Penelitian

1. Akademis

Memberikan sumbangsih bagi ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan ilmu kehumasan.

2. Praktis

- a) Sebagai bahan masukan bagi lembaga Yatim Mandiri Kota Kediri dalam untuk Meyakinkan Donatur
- b) Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan maupun rujukan untuk penelitian sejenis atau penelitian lanjutan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi

1. Definisi Komunikasi

Secara etimologis, komunikasi bersal dari bahasa latin, yaitu *cum*. Kata depan yang artinya *dengan* atau *bersama dengan*, dan kata *units*, kata bilangan yang berarti satu. Dua kata tersebut membentuk kata benda *communion*, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *communion*, yang berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, atau hubungan. Karena itu untuk melakukan *communion* diperlukan usaha dan kerja. Kata *communion* dibuat kata kerja *communicate* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, bercakap – cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman. Jadi komunikasi berarti pemberitahuan pembicaraan, percakapan, pertukaran pikiran atau hubungan.¹² Kalau ada dua orang atau terlibat dalam komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan.¹³

¹² Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam, *Komunikasi & Public relation* (Bandung : Pustaka Setia, 2012), hal 35.

¹³ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : Rosda Karya, 1998), hal 9.

2. Unsur – unsur Komunikasi

Dalam proses komunikasi terdapat tiga unsur yang mutlak harus dipenuhi, Ketiga unsur komunikasi ini merupakan kesatuan yang utuh dan bulat. Apabila salah satu unsur tidak ada, komunikasi itu tidak akan terjadi. Ketiga unsur komunikasi tersebut :

a) Komunikator atau *Sender* atau Pengirim

Komunikator atau *sender* adalah orang yang menyampaikan isi pertanyaannya kepada komunikan. Komunikator bisa perseorangan, kelompok, atau organisasi pengirim berita.

b) Komunikan atau *Recevier* atau Penerima

Komunikan atau penerima adalah rekan komunikator dalam komunikasi. Sesuai dengan namanya, ia berperan sebagai penerima berita. Dalam komunikasi peran pengirim atau penerima selalu bergantian sepanjang pembicaraan.

c) Saluran atau *Chanel* atau Media

Chanel adalah saluran atau jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan, atau jalan yang dilalui *feedback* komunikan kepada komunikator yang digunakan oleh pengirim pesan. Pesan dapat berupa kata – kata atau tulisan, tiruan,

gambaran, atau perantara lain yang digunakan untuk mengirim melalui berbagai *channel* yang berbeda, seperti telepon, televisi, faksimile.¹⁴

3. Proses Komunikasi

Sebelum masuk dalam proses komunikasi dengan komunikan, di dalam pikiran komunikator terjadi semacam rangsangan atau stimulus. Rangsangan itu terjadi, karena faktor di luar dirinya (menyampaikan pesan karena ada peristiwa di luar dirinya), atau karena adanya faktor dari dalam dirinya (penyampaian pesan dari dalam dirinya), yaitu hasil olahan pikiran sendiri yang ada di benaknya. Setelah pesan sampai kepada komunikan, apabila ada *feedback*, komunikan akan bertindak sebagai komunikator, yaitu memasukan *code* yang disebut sebagai *decoding* untuk di sampaikan kembali kepada komunikator.¹⁵

Proses komunikasi mempunyai dua model, yaitu model linier dan model sirkuler :

a). Model Linier

Model ini hanya terdiri atas dua garis lurus, yaitu proses komunikasi yang berawal dari komunikator dan berakhir pada komunikan. Contoh : formula Laswell, formula ini dikenal dengan rumusan cara untuk menggambarkan dengan tepat sebuah tindakan komunikasi, yaitu dengan menjawab pertanyaan berikut :

¹⁴ Umam, *Komunikasi & Public relation.*, hal 36 -38.

¹⁵ Ibid., Hal 39.

1. *Who* (siapa)
2. *Says what* (mengatakan apa)
3. *In which chanel* (dengan saluran yang mana)
4. *To whom* (kepada siapa)
5. *With what effect* (dengan efek seperti apa)

b). Model sirkuler

Model sirkuler ditandai dengan adanya unsur *feedback*. Dengan demikian, proses komunikasi tidak berawal dari satu titik dan berakhir pada satu titik yang lain. Jadi proses komunikasi sirkuler itu berbalik satu lingkaran penuh. Komunikasi yang efektif mempunyai ciri – ciri yaitu, dua arah (*two ways*). Model seperti ini menandakan adanya arus dari satu orang ke orang lain atau dari kelompok ke kelompok lain melalui umpan balik *atau feedback*, kembali ke orang semula membuat *loop* atau balikan atau putaran penutup. Balikan bermula pada saat pengirim (*sender*) mempunyai pesan yang akan dikomunikasikan.¹⁶

Dalam banyak hal, komunikasi sering mengalami gangguan atau *noise*, yang merupakan penghambat komunikasi sehingga dapat mengurangi keakuratan atau ketepatan pesan yang disampaikan. Gangguan itu dapat terjadi ketika komunikasi sedang berlangsung.

¹⁶ Ibid., hal 39 – 40.

Misalnya, pesan tertulis yang disampaikan tidak jelas, pesan yang diuraikan tidak menyeluruh, media untuk menyampaikan pesan mengalami gangguan, atau unsur waktu yang menekan atau membatasi dalam menyampaikan pesan.¹⁷

4. Teori wilbur schramm

Model komunikasi yang di kemukakan oleh Wilbur Schramm, komunikasi senantiasa membutuhkan setidaknya tiga unsur : sumber : *source*: pesan : *message* dan sasaran : *destination*. Bila dilihat lebih lanjut maksud dari model Wilbur Schramm ini akan kelihatan bahwa yang dimaksud dengan pertanyaan sumber tersebut adalah seorang individu yang berbicara, menulis, menggambar, memberi isyarat di suatu organisasi komunikasi seperti sebuah surat kabar, penerbit, stasiun televisi atau studio film.¹⁸

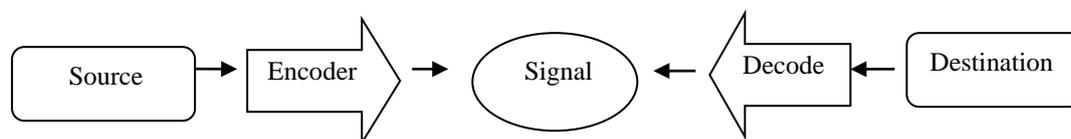
Dalam model Schramm sumber dapat menjadi dan sasaran dapat Menyandi-balik pesan, berdasarkan pengalaman yang dimilikinya masing-masing. Bila kedua lingkaran memiliki wilayah bersama yang besar, maka komunikasi mudah dilakukan. Semakin besar wilayah tersebut, semakin miriplah bidang pengalaman (*field of experience*) yang dimiliki kedua pihak yang berkomunikasi. Namun bila kedua lingkaran itu tidak bertemu artinya bila tidak ada pengalaman bersama maka komunikasi tidak akan berlangsung. Bila wilayah yang berimpit itu kecil artinya bila pengalaman sumber dan

¹⁷ Ibid., 41.

¹⁸ Dedy mulyana, *Ilmu komunikasi suatu pengantar* (Bandung :Rosdakarya, 2000) hal 151.

pengalaman sasaran sangat jauh berbeda maka sangat sulit untuk menyampaikan makna dari seseorang kepada orang yang lainnya. Model komunikasi Schramm merupakan proses komunikasi antarpersonal yang menuntut komunikator dan komunikan sebagai *encoder* dan *dekoder*, yang secara konstan komunikator dan komunikan Menyajikan balik tanda - tanda dari lingkungan kita, menafsirkan tanda – tanda tersebut, dan menyandi sesuatu sebagai hasilnya. Tegasnya, anda menerima dan menyampaikan pesan. Makna yang anda hasilkan dari penyandian balik (penafsiran) yang anda lakukan akan membuat anda menyandi. Misalnya begitu anda mendengar teriakan “ Api “, Anda mungkin akan segera berteriak“ Tolong!” Apa yang akan anda sandi bergantung pada pilihan anda atas berbagai respon yang tersedia dalam situasi tersebut dengan makna tadi. Proses kembali dalam model Wilbur Schramm disebut umpan balik (*feedback*), yang memainkan peran sangat penting dalam komunikasi, karena hal itu memberi tahu kita bagaimana pesan kita ditafsirkan, baik dalam bentuk kata - kata sebagai jawaban, anggukan kepala, gelengan kepala, kening berkerut, menguap, wajah yang melengos, dan sebagainya. Begitu juga surat pembaca kepada redaksi sebagai protes atas editorial yang ditulis surat kabar tersebut, ataupun tepuk tangan khalayak yang mendengarkan ceramah. Namun menurut Schramm, umpan balik juga dapat berasal dari pesan kita sendiri,

misalnya kesalahan ucapan atau kesalahan tulisan yang kemudian kita perbaiki.¹⁹



5. Bentuk –Bentuk Komunikasi

Komunikasi mempunyai berbagai macam bentuk yang semuanya tergantung pada segi kita memandangnya, yaitu sebagai berikut.

- a) Dari segi penyampaian pesannya, komunikasi dapat dilakukan secara lisan dan tertulis, atau secara elektronik melalui radio, televisi, telepon, internet, dan sebagainya.
- b) Dari segi kemasan pesan, komunikasi dapat dilakukan secara verbal (dengan berbicara) atau dengan non verbal (dengan bahasa isyarat). Komunikasi verbal : diwakili dalam penyebutan kata – kata, yang mengungkapkannya dapat dengan lisan atau tertulis. Komunikasi nonverbal terlihat dalam ekspresi atau mimik wajah, getaran tangan, mata dan bagian tubuh lainnya.
- c) Dari segi kemasan keresmian pelaku komunikasi, saluran komunikasi digunakan, dan bentuk kemasan pesan, komunikasi

¹⁹ Ibid, 156.

dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi formal dan nonformal.

d) Dari segi pasangan komunikasi, komunikasi dapat dilihat sebagai :

Komunikasi intrapersonal yaitu proses komunikasi dalam diri komunikator : pengirim dan pesannya adalah diri sendiri. (manusia sebagai makhluk rohani).²⁰

B. Strategi Komunikasi

1. Definisi

Strategi pada hakekatnya adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasinya. Demikian pula strategi komunikasi, merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*Manajemen communication*) untuk mencapai suatu tujuan.²¹

²⁰ Ibid.

²¹ Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi*, hal 29.

Strategi komunikasi mempunyai fungsi ganda, yaitu :

- a) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b) Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudian dioperasionalkannya, media massa yang begitu ampuh yang jika di biarkan akan merusak nilai – nilai budaya.²²

2. Komponen Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun suatu strategi komunikasi memerlukan komponen - komponen sebagai berikut:

a) Mengenal Sasaran Komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal ini juga bergantung kepada tujuan komunikasi terhadap komunikan, apakah menginginkan agar komunikan hanya sekedar mengetahui atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu.

Dalam proses mengenali sasaran terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan dari diri komunikan adalah:

1) Faktor kerangka referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka

²² Ibid.,28.

referensi seseorang berbeda dengan orang lain. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan sebagainya.

2) Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksud dengan situasi di sini adalah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang disampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan.

Yang dimaksud dengan kondisi di sini adalah *state of personality* komunikasi, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit, atau lapar.

b) Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak sekali jumlahnya. Namun pada umumnya media komunikasi ini dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetakan, visual, aural, dan audio-visual. Untuk mencapai sasaran komunikasi, kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan dicapai, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat

ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

c) Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi (*message*) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Namun apapun tekniknya, pertama-tama komunikan harus mengerti pesan komunikasi itu. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa bermacam-macam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi adalah bahasa, gambar, warna, kial (*gesture*), dan sebagainya.

d) Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada faktor penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu:

1) Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

2) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikan kepada komunikator. Kepercayaan

ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

Berdasarkan kedua faktor di atas, seorang komunikator dalam menghadapi komunikasi harus bersikap empatik (*empathy*), yaitu kemampuan untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain.²³

²³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, hal 35-39.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah melalui pendekatan kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas. Oleh karena itu penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan antara realita empirik dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode deskriptif.²⁴ Menurut Keirl dan Miller dalam Moleong yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah “tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia pada kawasannya sendiri, dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya”.²⁵

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Whitney dalam Moh. Nazir bahwa metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari

²⁴Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Bandung : Remaja rosada karya,2012), Hal 131.

²⁵ Ibid., Hal 4.

masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu termasuk tentang hubungan-hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.²⁶

B. Kehadiran Peneliti

Dalam pendekatan kualitatif ini peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpulan data yang utama.²⁷ Peneliti sangat berperan sebagai penentu keseluruhan skenario, sehingga data lebih banyak bergantung pada dirinya. Kehadiran peneliti di sini dimaksudkan supaya mampu memahami kenyataan – kenyataan lapangan yang terkait dengan objek penelitian. Sebab peneliti sendiri sebagai perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsiran data, dan akhirnya peneliti itu sebagai pelapor hasil penelitiannya.²⁸ Kehadiran peneliti diketahui statusnya oleh subyek dan informan karena peneliti berhubungan dengan staf pegawai dan donatur dari lembaga Yatim Mandiri Kota Kediri.

²⁶ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 2003) Hal 16.

²⁷Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif.*, Hal 7.

²⁸ Ibid., 121.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian akan dilakukan, beserta jalan dan kotanya. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi di kantor Yatim Mandiri Kota Kediri yang beralamat di Perum persada sayang Jln. Mira Blok A No. 5. Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri. Peneliti melakukan penelitian di Yatim Mandiri dikarenakan salah satu lembaga zakat yang berdiri sudah lama di Kota Kediri, yaitu pada tahun 2007.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.²⁹ Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan mengamati atau mewawancarai. Dengan turut serta dan mengamati apa yang dilakukan lembaga maka kita akan memperoleh data yang seperti apa kita inginkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi, buku harian, notulen rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah. Data sekunder juga dapat berupa

²⁹ Ibid., 157.

majalah, buletin, publikasi dari berbagai organisasi, lampiran-lampiran dari badan-badan resmi seperti kementerian-kementerian, hasil-hasil studi, tesis, hasil survey, studi histories, dan sebagainya.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.³⁰

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis baik berupa karangan, memo, pengumuman, instruksi, majalah, buletin, pernyataan, aturan suatu lembaga masyarakat, dan berita yang disiarkan kepada media massa.³¹

F. Analisis Data

Dalam teknik analisis data ini, peneliti menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen, yakni reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*drawing conclusions*).

³⁰ Ibid., 186.

³¹ Ibid.,189.

Langkah reduksi data melibatkan beberapa tahap. Tahap pertama, melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan dan meringkas data. Pada tahap kedua, peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menentukan tema, kelompok-kelompok, dan pola-pola data.

Komponen kedua dalam analisis interaktif dari Miles dan Huberman, yakni penyajian data (*data display*) melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yakni menjalin kelompok data yang satu dengan (kelompok) data yang lain, sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan.

Pada komponen terakhir, yakni penarikan kesimpulan (*drawing conclusions*), peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Ada kalanya kesimpulan telah tergambar sejak awal, namun kesimpulan akhir tidak pernah dapat dirumuskan secara memadai tanpa peneliti menyelesaikan analisis seluruh data yang ada.³²

³² Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta : PT. LkiS Pelangi Aksara. 2007) Hal 104-106.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data atau validitas data merupakan konsep penting agar data tersebut memiliki nilai sosial, akademi dan ilmiah. Adapun teknik keabsahan data yang di gunakan untuk penelitian ini adalah :

a. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan adalah menemukan ciri – ciri dan unsur situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dibicarakan dan kemudian memutuskan diri dari hal-hal tersebut secara rinci.³³

H. Tahapan – Tahapan Penelitian

Tahap – tahap penelitian kualitatif dengan salah satu ciri pokoknya peneliti alat penelitian, menjadi berbeda dengan tahap penelitian non kualitatif. Khususnya analisis data, dimana cirihalnya sudah dimulai sejak awal pengumpulan data. Hal ini sangat berbeda dengan penelitian yang menggunakan pendekatan eksperimen.

Dalam penelitian ini di bagi dalam empat tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan, tahap analisis data dan penulisan laporan.

1. Pra penelitian

Tahap ini peneliti melakukan berbagai kegiatan pertimbangan yang di tambah dengan etika penelitian diantaranya :

³³ Moleog, *Metode Penelitian Kualitatif*, Hal 177

- a) Menyusun rancangan penelitian
 - b) Memilih lapangan penelitian
 - c) Mengurus perizinan
 - d) Menjajaki dan menilai keadaan lapangan
 - e) Memilih dan memanfaatkan informan
 - f) Menyiapkan perlengkapan penelitian
 - g) Persoalan etika penelitian
2. Tahap pekerjaan lapangan

Dalam tahap ini di bagi atas tiga bagian diantaranya sebagai berikut :

- a) Memahami latar penelitian dan persiapan diri
 - b) Memasuki lapangan
 - c) Berperan serta sambil mengumpulkan data
3. Tahap analisis data

Sebenarnya tahap analisis data dilakukan secara mengalir, yaitu dimulai dari data pertama yang di dapat sampai pada penarikan kesimpulan. Diantaranya sebagai berikut :

- a) Konsep dasar analisis data
- b) Menemukan tema dan merumuskan data
- c) Menganalisis berdasarkan data³⁴

³⁴ Basrowi dan Suwadi, *memahami penelitian kualitatif* (Jakarta : rineka cipta, 2008), 84 - 92

4. Tahap penulisan laporan

Tahap penulisan laporan adalah tahap di mana semua proses penelitian beserta hasilnya telah diperoleh dan siap untuk dijadikan atau dipublikasikan. Diantaranya sebagaiberikut :

- a) Penyusunan hasil penelitian
- b) Konsultasi hasil penelitian kepada pembimbing
- c) Perbaikan hasil konsultasi
- d) Mengurus kelengkapan persyaratan ujian dan munaqoshah skripsi.