



Gaya Komunikasi Da'i dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat di Dusun Emplasmen Perkebunan Julok Rayeuk Utara Kecamatan Indra Makmu

Saidatul Akida¹, Nispul Khoiri²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

E-mail: saidatul0101193151@uinsu.ac.id, nisfulkhoiri@uinsu.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-05-22 Revised: 2023-06-15 Published: 2023-07-06 Keywords: <i>Communication Style; Zakat; Community Awareness.</i>	The purpose of this research is to ascertain the communication method that the da'i in the Emplasmen Perkebunan Julok Rayeuk Utara Hamlet use to raise awareness of zakat among the general people. This study employed a qualitative methodology since it gathered information from research informants to describe occurrences that occurred in the field. The method used is a case study, which allows researchers to investigate real-world situations and different instances via thorough and in-depth data collecting and the utilization of a variety of sources, including observations, interviews, and reports. This kind of study attempts to examine, describe, and thoroughly explain numerous individual features, provide a summary of the data collected, and report actual field results. The results of the study show that in the da'wah process the communication style of each da'i is different, and the influence of the communication style applied by the two da'i actually has a positive impact.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-05-22 Direvisi: 2023-06-15 Dipublikasi: 2023-07-06 Kata kunci: <i>Gaya Komunikasi; Zakat; Kesadaran Masyarakat.</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui metode komunikasi yang digunakan para da'i di Dusun Emplasmen Perkebunan Julok Rayeuk Utara untuk meningkatkan kesadaran berzakat di kalangan masyarakat umum. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif karena mengumpulkan informasi dari informan penelitian untuk menggambarkan kejadian yang terjadi di lapangan. Metode yang digunakan adalah studi kasus, yang memungkinkan peneliti untuk menyelidiki situasi dunia nyata dan contoh yang berbeda melalui pengumpulan data yang menyeluruh dan mendalam serta pemanfaatan berbagai sumber, termasuk observasi, wawancara, dan laporan. Studi semacam ini mencoba untuk memeriksa, menggambarkan, dan menjelaskan secara menyeluruh berbagai fitur individu, memberikan ringkasan data yang dikumpulkan, dan melaporkan hasil lapangan yang sebenarnya. Hasil penelitian menjelaskan bahwa dalam proses dakwah gaya komunikasi tiap da'i berbeda-beda, dan pengaruh dari gaya komunikasi yang diterapkan oleh kedua da'i ternyata membawakan dampak positif.

I. PENDAHULUAN

Indonesia termasuk dalam jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia. Menurut *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC), menurut perkiraan, ada 237,56 juta Muslim di Indonesia, atau 86,7% dari total populasi negara (Malik, Z. A., Syarafuddin, 2023). Dalam Al-Qur'an maupun hadits dalil perihal zakat banyak disebutkan. Salah satu sumber pendapatan yang mungkin untuk memajukan kesejahteraan sosial di masyarakat adalah zakat. Sebagai umat Islam, jelas mereka wajib melakukan ibadah, seperti menunaikan zakat, yang merupakan salah satu rukun Islam yang ketiga dan salah satu rukun yang megah, menurut hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Umar, Radhiyallahu anhum, yang mengatakan bahwa Nabi Muhammad bersabda:

مَحَمَّدًا وَأَنَّ اللَّهَ إِلَّا إِلَهَ لَا أَنْ شَهَادَةً : خَمْسَ عَلَى الْإِسْلَامَ بَيِّنَاتٍ
الْبَيْتِ وَحَجَّ رَمَضَانَ وَصَوْمَ الزَّكَاةِ وَإِيتَاءَ الصَّلَاةِ وَإِقَامَ اللَّهِ رَسُولُ
سَيِّئًا إِلَيْهِ اسْتَطَاعَ لِمَنْ

"Islam didasarkan pada lima prinsip: keyakinan bahwa Muhammad adalah Utusan Allah, bahwa tidak ada Tuhan lain yang mengetahui kebenaran; kebutuhan untuk melakukan puasa Ramadhan; pembayaran zakat; dan, bagi yang mampu, berhaji ke Rumah Allah." (HR. Buhari dan Muslim).

Zakat menurut fikih adalah sebutan bagi sejumlah harta tertentu yang diperintahkan Allah untuk dibagikan kepada orang-orang yang berhak. Jika seorang muslim dianggap aghniya' (kaya), maka ia memiliki kewajiban untuk memberikan zakat kepada fakir, miskin, dan mustahik di muka bumi ini jika hartanya memenuhi ambang batas minimal nishab. Potensi zakat untuk mendukung ekonomi Islam dan juga

memerangi kemiskinan sangat besar (Karim, A., Mudhofi, M., & Arwani, 2020).

Kewajiban membayar zakat disebut juga sebagai *tabarro'u tabarro'uan* dalam konteks Islam yang artinya pemberian atau sedekah. Tujuan *tabarro'u* ini adalah memberikan dana yang murah hati untuk membantu orang lain. Berdasarkan perspektif Islam, perilaku tolong menolong merupakan salah satu bentuk ibadah yang bersumber dari inisiatif diri sendiri. Ibadah dilakukan oleh seseorang dengan ikhlas tanpa menginginkan imbalan apapun kecuali pahala dan juga kenikmatan dari Allah (Adhiatma & Fachrunnisa, 2021). Zakat adalah salah satu pilihan untuk mempersembahkan sebagian dari harta seseorang kepada Allah. Ada pilihan lain juga. Oleh karena itu, zakat yang merupakan semacam ikrar solidaritas sesama umat Islam, merupakan salah satu rukun agama Islam. Zakat juga dapat digunakan sebagai tanda keunggulan Islam. Gerakan sadar zakat sebenarnya sangat penting untuk mengoptimalkan taraf ekonomi mustahik menjadi muzakki sehingga dapat meringankan kemiskinan (Sudarman, 2018).

Tindakan dalam mentransmisikan pemikiran, konsep, dan gagasan dari satu pihak ke pihak lain dalam upaya membujuk orang lain dan juga menimbulkan reaksi dikenal sebagai komunikasi. Dalam pertukaran komunikasi, gaya komunikasi seseorang biasanya tidak dapat dipisahkan dari dirinya; Hal itu dapat dilihat dari penggunaan bahasa, pilihan kata, sumber pesan, dan bahasa tubuh komunikator (Bashori, A., 2022). Penelitian ini di dasari pada survey yang penulis temui, yaitu adanya kenaikan jumlah penerimaan zakat pada masyarakat di Dusun Emplasmen Perkebunan Julok Rayeuk Utara Kecamatan Indra Makmu. Dalam hal ini da'i menjadi peran utama dalam keberhasilan untuk menyadarkan masyarakat membayar zakat melalui komunikasi dakwah. Tentu ada beberapa hal yang di upayakan para da'i dalam menyampaikan dakwahnya, seperti sosialisasi, kegiatan Majelis Taklim, ceramah di wirid ibu-ibu, kultum di Masjid saat bulan Ramadhan, dan pesan dakwah pada kegiatan lainnya yang disampaikan oleh para da'i dalam meningkatkan minat masyarakat di Dusun Emplasmen untuk membayar zakat.

Penulis penasaran ingin mengetahui metode komunikasi yang disukai para pengkhotbah dalam konteks isu yang diangkat di atas. Sehingga penulis termotivasi untuk menggunakan judul tersebut yakni "Gaya Komunikasi Da'i Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat di Dusun Emplasmen Perkebu-

nan Julok Rayeuk Utara Kecamatan Indra Makmu". Sendjaja mendefinisikan gaya komunikasi sebagai perilaku yang digunakan dalam komunikasi di dalam suatu organisasi dengan tujuan untuk memperoleh umpan balik dari orang lain atas pesan yang dikomunikasikan (Putra, 2021). Semua orang dapat mengekspresikan diri mereka dengan cara yang benar melalui gaya komunikasi. Indikator bahasa tubuh, kontak mata, emosi wajah, dan intonasi suara digunakan untuk menilai gaya komunikasi. Karena komunikasi antara komunikator dan komunikan melibatkan kegiatan khusus yang berlangsung juga pada waktu tertentu (Kusumawijayanti & Sunardi, 2022).

Menurut Liliwari sebagaimana dikutip (Nuraedah & Mutawakkil, 2019), meskipun ada berbagai metode komunikasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. pada dasarnya ada empat jenis utama: 1) *Emotive style traits*, Ini mencakup inisiatif sosial seseorang, enkapsulasi informal orang lain, dan ekspresi pikiran emosional. Ini menggambarkan gaya komunikasi seseorang yang selalu dinamis namun baik. 2) *Director style traits*, yang menampilkan dirinya sebagai orang yang sibuk, terkadang memberikan informasi tanpa melihat orang lain, menampilkan citra yang serius, dan senang mengawasi orang lain. 3) *Reflective style traits*, suka menahan ledakan emosi mereka, menunjukkan preferensi dan perintah tertentu, dan menyampaikan ide mereka lebih halus dari yang kita duga. 4) *Supportive style traits*, mereka bisa tampil lebih pendiam, jinak, tenang, dan sabar, memandang orang dengan saksama, menghindari posisi otoritas, dan membuat penilaian dengan mempertimbangkan semua pihak.

Menurut Allen, dkk (2006) sebagaimana dikutip oleh (Hidayah, 2020) terdapat beberapa aspek dalam gaya komunikasi, yakni: gaya dominan, gaya dramatis, gaya animasi (*animated*), gaya terbuka (*open*), gaya kontroversial, gaya santai, gaya atentif, gaya berkesan (*impression*), gaya bersahabat (*friendly*), dan gaya yang tepat (*precise*). Setiap orang memiliki keunikan atau kekhasan dalam berkomunikasi. Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (2008) dikutip dari (Martianto & Toni, 2021) terdapat enam macam gaya komunikasi, yaitu:

1. *The Controlling Style* (Gaya Mengendalikan) Pembicaraan semacam ini berusaha untuk memerintah, membujuk bahkan mengarahkan pikiran orang lain agar mereka berperilaku baik. Kadang-kadang disebut sebagai komunikator satu arah karena memprioritaskan

pengiriman pesan daripada menerimanya. Bahkan komunikator yang baik dapat memanipulasi orang lain dengan menggunakan bahasa yang menghina.

2. *The Equalitarian Style* (Gaya Kesetaraan) Karena melibatkan komunikasi dua arah antara komunikator dan juga komunikan, penggunaan model kesetaraan untuk dapat menyampaikan pesan mungkin dianggap ideal. Tujuannya adalah untuk mengembangkan hubungan positif dengan orang-orang dengan menawarkan kesempatan yang sama dan timbal balik baik untuk pengirim maupun penerima pesan.
3. *The Structuring Style* (Gaya Berstruktur) Ini melibatkan kemampuan untuk menggunakan komunikasi vokal untuk mempengaruhi dan memperkuat pesan yang dikirim ke komunikan untuk komunikator yang berkomunikasi secara terorganisir.
4. *The Dinamic Style* (Gaya Dinamis) Komunikasi semacam ini berusaha mendorong penerima untuk mengambil tindakan tambahan atau memajukan percakapan dari pesan sebelumnya. Ketika digunakan untuk dapat mengatasi kesulitan, gaya bicara yang dinamis sangat ideal.
5. *The Relinquishing Style* (Gaya Pelepasan) Cara komunikasi ini sangat berhasil ketika komunikator ingin meminta masukan. Komunikasi memungkinkan kerjasama dan pertukaran ide, yang memungkinkan komunikator untuk tetap memiliki pengaruh dan melakukan kontrol terhadap komunikan.
6. *The Withdrawal Style* (Gaya Menarik Diri) Karena subjek sering memutuskan sendiri, gaya komunikasi ini dianggap tertutup. Konflik internal antara komunikator dan komunikan adalah akar dari hal ini.

Sentuhan manusia, termasuk antara kelompok dan individu, adalah apa yang membentuk komunikasi. Komunikasi verbal dan nonverbal selalu hadir dan mempengaruhi setiap orang. Apalagi dalam berdakwah, komunikasi menjadi hal yang sangat penting bagi para da'i. Seorang da'i harus berdakwah menggunakan komunikasi yg baik sebagaimana Allah berfirman dalam QS. Al-Isra ayat 28:

قَوْلًا لَهُمْ فَلَوْلَا لَّهُمْ تَرْجُوهُمْ رَبِّكَ مِنْ رَحْمَةٍ ابْتِغَاءَ عَنْهُمْ تُعْرِضُونَ وَإِنَّا مِّنْ شَاكِرِينَ ۝ ٢٨

Artinya: "Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk mendapatkan ampunan dari Tuhanmu

yang kamu inginkan, maka sapalah mereka dengan kebaikan." (QS. Al-Isra: 28).

Masyarakat merupakan element terpenting dalam pengelolaan zakat, karena pengelolaan zakat bermanfaat bagi masyarakat baik sebagai pemberi maupun penerima. Kesadaran masyarakat yaitu sikap seseorang yang mengerti dan menyadari akan kewajiban maupun norma yang berlaku untuk mencapai sebuah perubahan yang lebih baik (Rusmiatun, 2020). Hubungan komunikasi dengan kesadaran masyarakat terletak pada proses interaksi antara komunikator (da'i) sebagai sumber menyampaikan pesan berupa ide, gagasan dan materi keislaman atau ajaran yang disampaikan da'i melalui sarana kepada mad'u (*receiver*) sebagai pihak penerima pesan, dan kemudian menimbulkan *feedback* antara kedua belah pihak dan membuat komunikan menjadi paham dan sadar serta menimbulkan respon baik dari penerima pesan.

Teori dan Konsep Zakat: Surat Al-Baqarah ayat 183-184 yang diturunkan pada bulan Sya'ban tahun 2 H menjadi dasar puasa Ramadhan ketika Nabi Muhammad hijrah ke Madinah dan menetap di sana selama 17 bulan. Menurut Ibnu Umar, zakat pertama kali diwajibkan bagi umat Islam di bulan Ramadhan tidak lama setelah turunnya nas tersebut, dan sejak itu dikenal dengan zakat. Dari Ibnu Umar, Rasulullah saw bersabda bahwa wajib menunaikan zakat fitrah pada bulan ramadhan atas orang-orang sebesar 1 sha' kurma, atau 1 sha' gandum, wajib atas orang merdeka, hamba sahaya, laki-laki dan perempuan, dari kaum muslimin." (H.R. Muslim).

Kata "zakat" memiliki banyak konotasi dalam berbagai bahasa, termasuk juga "berkah" (al-barakatu), "mengembangkan" (an-namaa), dan "menyucikan" (at-thaharatu). Sementara itu, sebagian harta harus dibagikan kepada golongan tertentu sesuai dengan syara'. Fakir miskin dan mustahik lainnya disebutkan dalam Al-Qur'an sebagai cara bagi umat Islam untuk mengungkapkan rasa terima kasih mereka atas pemberian Allah SWT, menjadi lebih dekat dengannya, dan mensucikan diri dari kekayaannya. menurut Yusuf Qardhawi, Zakat adalah hak khusus yang diamanatkan Allah SWT bagi umat Islam dan dirancang untuk mereka (Azizah, S., 2018) . Perintah zakat telah Allah katakan dalam QS. At-Taubah ayat 103 sebagai berikut:

إِنَّ عَلَيْهِمْ وَصَلَ بِهَا وَتَرْكِبِهِمْ تَطَهَّرَهُمْ صَدَقَةً أَمْوَالِهِمْ مِنْ خُذْ عَلَيْهِمْ سَمِيعٌ وَاللَّهُ ۖ لَهُمْ سَكَنٌ صَلَوَاتُكَ

Artinya: "Ambil zakat dari sebagian harta mereka dan gunakan untuk membersihkan dan memberkati mereka saat Anda berdoa untuk mereka. Doa Anda benar-benar membuat mereka nyaman. Allah juga Maha Melihat dan Maha Mendengar." (QS. At-Taubah: 103).

Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk menunaikan zakat, dan syarat tersebut telah ditetapkan oleh syariat Islam. Syarat wajib zakat adalah : (Iqbal, 2019) 1) Islam. 2) Merdeka. 3) Baligh dan berakal 4) Harta tersebut adalah harta yang wajib dikeluarkan zakatnya, seperti naqdaini (emas dan perak) dan al-auraq al-naqdiyah (sekuritas), serta barang tambang dan barang temuan (rikaz), hasil bumi, tumbuh-tumbuhan, buah-buahan, dan lain-lain. ternak. 5) Harta tersebut telah mencapai ukuran besaran yang disebut nisab. 6) Kepemilikan penuh atas harta (al-milk al-tam). 7) Satu tahun telah berlalu atau jumlah waktu yang dibutuhkan telah berlalu. 8) Tidak ada hutang. 9) Melampaui kebutuhan. 10) Harta harus diperoleh secara etis dan sah. 11) Berkembang.

Secara umum zakat terbagi menjadi dua macam, yaitu: 1) Zakat fitrah, atau fitr, mengacu pada sedekah wajib yang harus disediakan oleh semua Muslim. Pada akhir Ramadhan, sebelum shalat Idul Fitri, setiap muslim diwajibkan membayar zakat fitrah jika memiliki kelebihan harta untuk menutupi kebutuhannya pada siang dan malam itu. Pembayaran ini dilakukan atas nama mereka dan atas tanggung jawab mereka sendiri. 1 sha', atau sekitar 2,2 kilo, atau yang sering dipenuhi, 2,5 kilogram bahan pokok untuk setiap daerah, adalah tarif yang dibayarkan. Dengan membersihkan jiwa manusia dari dosa-dosa yang disebabkan oleh tekanan masyarakat dan faktor-faktor lain yang menyebabkan manusia menyimpang dari keadaan fitrahnya, zakat fitrah berfungsi untuk mengembalikan umat Islam ke keadaan semula. 2) Yang dimaksud dengan "maal" dalam istilah "zakat maal" adalah kecenderungan atau sesuatu yang sangat ingin dimiliki dan dipegang oleh manusia. Mengingat telah melampaui nishab, atau jumlah maksimum yang harus dibayarkan zakatnya, maka zakat maal adalah harta zakat yang dimiliki oleh orang tertentu. Hukum zakat maal adalah fardhu 'ain bagi setiap orang yang memenuhi syarat-syaratnya. Zakat maal didefinisikan sebagai zakat yang dikeluarkan dari harta tertentu, seperti uang, emas, perak, hewan, tumbuh-tumbuhan (biji-bijian), dan barang dagangan, dalam kitab Fathul Mu'in. (Alimuddin, 2022).

Fakta bahwa syariat zakat secara tegas ditetapkan dalam Al-Qur'an menunjukkan pentingnya praktik ini dalam Islam. Selain itu, Al-Qur'an memperingatkan tentang pembalasan yang keras bagi individu yang tidak membayar zakat dari harta mereka, yang diterjemahkan menjadi: Firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْأَخْبَارِ وَالرَّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبِئْسَ لَهُمْ بَعْدَ الْيَمِّ يَوْمِ يُحْمَى عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَى بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ ٣٥

"Wahai orang yang beriman! Mayoritas orang saleh dan para rahibnya benar-benar memakan uang rakyat karena kesombongan dan menghalangi mereka dari jalan Allah. Beri mereka kabar baik bahwa mereka akan mendapat azab yang mengerikan jika mereka menyimpan emas dan perak dan tidak menggunakannya di jalan Allah. "Inilah hartamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah (akibat) apa yang kamu simpan itu," dikisahkan kepada mereka seraya kening, perut, dan punggung mereka disetrika dengannya pada hari pembakaran emas dan perak." (QS. At-Taubah [9]: 34-35).

II. METODE PENELITIAN

Publikasi ini hanya menerbitkan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif mengumpulkan informasi dari informan penelitian untuk memahami peristiwa yang terjadi di lapangan. Teknik studi kasus diterapkan. Studi kasus adalah pemeriksaan menyeluruh, mendalam, dan menyeluruh atas kejadian tertentu pada orang, kelompok, lembaga, atau organisasi. Menurut Cresswell (2015), studi kasus adalah pendekatan penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk memeriksa situasi dunia nyata dan berbagai jenis kasus melalui pengumpulan data mendalam dari berbagai sumber, termasuk wawancara, makalah, laporan. Ketika kejadian terkini tidak diubah, studi kasus juga digunakan untuk mengikutinya dan berkonsentrasi pada penanganan masalah "mengapa" dan juga "bagaimana" (Fitri. et al., 2021).

Dusun Emplasmen, Desa Perkebunan Julok Rayeuk Utara, Kecamatan Indra Makmu, Kabupaten Aceh Timur dijadikan sebagai lokasi penelitian ini. Pada Maret 2023, survei diberikan langsung kepada responden. Da'i Ustadz Agus Riadi dan Ustadz Muhammad Musa menjadi peserta kajian tersebut. Fokus penelitian ini adalah gaya komunikasi para da'i dalam meningkatkan pengetahuan zakat di masyarakat

dan bagaimana penerapannya pada warga Dusun Emplasmen Perkebunan Julok Rayeuk Utara. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer, seperti metode observasi, metode wawancara, metode dokumentasi, serta data sekunder dengan menggunakan sumber data kepustakaan berupa buku, jurnal ilmiah, dan sumber lain yang diperlukan untuk memperoleh data yang bersangkutan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Gambaran Umum dari Dusun Emplasmen Kecamatan Indra Makmu. Salah satunya adalah Dusun Emplasmen yang terletak di Desa Perkebunan Julok Rayeuk Utara di Kecamatan Indra Makmu Kabupaten Aceh Timur. Pada tanggal 23 Maret 2006 Desa Perkebunan Julok Rayeuk Utara berdiri. Komunitas ini lahir dari hasil pemekaran Desa Alue Ie Itam. Desa Persiapan adalah Desa Perkebunan Julok Rayeuk Utara pada awalnya. Desa Persiapan Perkebunan Julok Rayeuk Utara secara resmi diakui sebagai Desa Pertahanan pada tanggal 5 Mei 2008. Luas pemukiman ini cukup luas. Desa Perkebunan Julok Rayeuk Utara membentang seluas 4.998 Ha (sekitar 46.680 KM²). Penduduk Muslim merupakan bagian terbesar dari penduduk Desa Perkebunan Rayeuk Julok Utara. Seperti masyarakat lainnya, Desa Perkebunan Julok Rayeuk Utara terletak di Kecamatan Indra Makmu dan dikelilingi oleh: 1) bagian utara berbatasan dengan Desa Alue Ie Mirah. 2) bagian selatan berbatasan dengan Julok Rayeuk Utara. 3) bagian barat berbatasan dengan Gampong Seuneubok Cina dan Gampong Alue Ie Itam. 4) bagian timur berbatasan dengan Desa Pelita Sagoup Jaya.

Gaya ceramah ustadz Agus Riadi adalah **Supportive Style Traits**, yaitu seseorang yang penuh perhatian, lembut, sabar serta mampu membuat keputusan dengan cara bijaksana. Dalam kegiatan dakwahnya, ustadz Agus Riadi dikenal sebagai sosok yang mempunyai kelembutan hati, tutur kata yang sopan dan simpatik, pembawaannya yang tegas namun tidak keras dan kemampuan retorika dakwah yang baik. Komunikasi yang disampaikan pun ringan, sederhana dan tidak berbelit-belit. Menariknya di setiap penyampaian isi ceramah ustadz Agus selalu menyampaikan materi tentang kisah-kisah teladan maupun sejarah pada zaman nabi. Misalnya menceritakan tentang kisah Tsa'labah bin Hathib yang

zakatnya ditolak oleh Allah SWT, sejarah zakat fitrah pada masa nabi Muhammad saw dan tentu masih banyak lagi kisah-kisah yang selalu disampaikannya dalam berdakwah sesuai dengan tema yang dibawakan. Dari hasil wawancara dengan ustadz Agus dikatakan bahwa beliau tak pernah ketinggalan menambahkan ceramahnya dengan cerita atau kisah agar para pendengar (mad'u) paham akan contoh yang disampaikannya, tidak merasa bosan dan tentunya dapat menarik perhatian mad'u dalam mendengarkan ceramah.

Metode penyampaian dakwah yang dilakukan ustadz Agus Riadi yaitu dengan metode dialog (tanya jawab). Ustadz Agus kerap memberikan kesempatan kepada audiens untuk dapat memberikan pertanyaan tentang suatu hal masalah yang dirasa belum dimengerti ketika da'i menjelaskan materi. Saat wawancara ustadz Agus Riadi mengatakan bahwa tujuannya menggunakan metode dialog ini dimaksudkan untuk melayani masyarakat sesuai dengan kebutuhannya, apalagi masih ada beberapa masyarakat yang belum sepenuhnya paham dengan kewajiban zakat. Pengaplikasian metode dialog sering dilakukan ustadz Agus agar terjadi timbal balik (*feedback*) dari audiens dan menciptakan kesamaan makna pesan dakwah diantara da'i dan mad'u sehingga gaya komunikasi terjalin dengan baik tanpa adanya kesalah pahaman. Penerapan komunikasi ustadz Agus Riadi ini ternyata sesuai dengan teori gaya komunikasi **The Equalitarian Style** atau gaya kesamaan, yaitu ditandai dengan arus penyebaran dakwah menggunakan pesan-pesan verbal secara tatap muka dan berlangsung dua arah (*two way traffic of communication*). Tindakan gaya komunikasi ini juga dilakukan secara terbuka dimana setiap orang dapat bertanya dan mengungkapkan pendapatnya.

Ustadz Agus Riadi juga menerapkan gaya komunikasi lain yaitu **Relaxes Style**, karena sosok ustadz Agus Riadi dalam berceramah pembawaannya sangat tenang, santai, ramah senyum, dan tidak ada unsur paksaan dalam penyampaian seruan dakwah beliau, hal ini dirasa mampu untuk memenuhi kebutuhan akan ketentraman, ketenangan dan kesejukan dalam kegiatan dakwah di kalangan masyarakat. Pesan ceramah nya lebih kepada mengingatkan, memberikan pengetahuan dan mengajak mad'u nya untuk menerapkan

tuntunan menunaikan zakat, pentingnya menunaikan zakat serta kewajiban berzakat.

Dari hasil pengamatan observasi, penulis menemukan adanya gaya komunikasi yang digunakan oleh ustadz Muhammad Musa yaitu **Friendly Style** (gaya bersahabat), pada pembukaan dakwahnya beliau selalu menyapa jamaah dengan begitu ramah dan akrab, mudah beradaptasi dengan lawan bicaranya tentu mampu untuk membangun kedekatan sekaligus menimbulkan simpati sosial masyarakat di dusun Emplasmen melalui topik dakwah yang di angkat. Tak hanya itu, perkataannya logis, sederhana, dan kerap diselengi humor-humor. Pada saat wawancara, ustadz Muhammad Musa menuturkan bahwa baginya berdakwah dengan diselengi humor sangat diperlukan agar lebih akrab (*friendly*) dengan mad'u dan tujuan utama adalah untuk menghibur, karena masyarakat sekarang sangat minim mau menyimak isi ceramah dari awal sampai selesai. Maka dari itu diterapkan lah sikap humoris sehingga mengundang tawa supaya orang-orang tidak bosan, dan si penyampai ceramah juga tidak monoton dalam menjabarkan materinya. Akan tetapi perlu di garis bawahi bahwa sikap humor ini hanya sebagai selingan saja untuk menyegarkan suasana pendengar agar tidak mengantuk dan jenuh. Yang terpenting tujuan kita dalam berdakwah tercapai, yaitu para jamaah mendapatkan pengetahuan Islam sesuai dengan pedoman al-Quran dan hadits dan tentu dapat diterapkan oleh masyarakat dengan baik.

Gaya komunikasi lain yang dilakukan Ustadz Muhammad Musa adalah **Animated Style**, berkomunikasi memakai bahasa nonverbal yaitu melalui *gesture* atau gerakan anggota tubuh seperti tangan untuk dapat memperagakan kalimat yang sedang di sampaikan, misal menunjuk ke arah jamaah laki-laki; mengangkat jari telunjuk ke atas dengan artian bahwa kalimat yang sedang diucapkannya adalah Allah Maha Esa; dan lain sebagainya. Ditambah lagi dengan ekspresi wajah yang sesuai dengan intonasi bicaranya, terakhir kontak mata sebagai penunjang retorika agar penyampaian pesan dakwah di mengerti oleh mad'u. Ceramah persoalan zakat yang di sampaikan oleh ustadz Muhammad Musa kepada masyarakat tidak hanya menjelaskan materi pengertian dan memberikan nasehat saja, akan tetapi ustadz Musa juga bersedia untuk melakukan

bimbingan kepada masyarakat yang belum paham dalam menunaikan zakat, tentu dengan cara seperti ini mudah bagi ustadz Musa untuk mempengaruhi pola pikir masyarakat, dan juga tentu dapat menyadarkan masyarakat dalam menunaikan zakat fitrah terutama zakat maal bagi setiap muslim yang sudah mencapai nishab dan haul. Hal ini menunjukkan gaya komunikasi lainnya yang telah diterapkan ustadz Muhammad Musa adalah **Structuring Style** (gaya berstruktur), ditandai dengan adanya keinginan da'i untuk mempengaruhi orang lain serta memotivasi supaya masyarakat dapat menerapkan kewajiban berzakat.

Pada saat bulan suci Ramadhan, ustadz Muhammad Musa pun sering mengingatkan masyarakat dusun Emplasmen Perkebunan Julok Rayeuk Utara untuk segera menunaikan kewajiban membayar zakat, di sisi lain di luar bulan ramadhan ustadz Musa pun kerap berdakwah tentang keutamaan bersedah, berzakat dan berinfaq, kemudian memaparkan tata cara membayar zakat, hukum zakat dalam Fikih Islam, dan tentu masih banyak lagi penjabaran yang di sampaikan. Bahasa yang digunakan pun menggunakan bahasa informal walaupun perkataannya tegas dan lantang namun tidak menyakiti hati pendengar. Unikny, ustadz Musa terkadang menggunakan gaya bahasa yang khas seperti penggunaan bahasa daerah Aceh dan Jawa, sesuai penggunaan bahasa masyarakat sekitar. Menurutnya dengan penggunaan bahasa campuran tersebut dapat meninggalkan kesan tersendiri secara mendalam (**Impression Leaving**) bagi pendengarnya. Persepsi mad'u tentang penerapan gaya komunikasi *Impression Leaving* ini juga di dapat dari penyampaian dakwah ustadz Musa yang selalu melantunkan ayat suci al-Quran dengan nada tilawahnya yang indah.

Tabel 1. Jumlah Penerimaan Zakat

Tahun	Jumlah Kepala Keluarga Keseluruhan	Jumlah Muzakki	Penerimaan Zakat	
			Beras (kg)	Uang (Rp)
2020	235 KK	947 jiwa	1440 kg	23.746.000
2021	235 KK	946 jiwa	1524 kg	39.595.000
2022	238 KK	944 jiwa	1657,143 kg	44.288.000



Gambar 1. Peningkatan Zakat Tahun 2020-2022

Berdasarkan perolehan data dan grafik diatas, hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya peningkatan penerimaan zakat mulai dari tahun 2020 sampai 2022 di Dusun Emplasmen Perkebunan Julok Rayeuk Utara. Pada tahun 2020, masyarakat yang berzakat dengan jumlah kepala keluarga keseluruhan 235 KK, jumlah yang berzakat (muzakki) sebanyak 947 jiwa. Masyarakat biasanya berzakat dengan uang tunai dan beras. Jumlah beras sebesar 1440 kg dan jumlah uang Rp. 23.746.000. Tahun 2021 masyarakat yang berzakat dengan jumlah kepala keluarga keseluruhan 235 KK, jumlah masyarakat yang berzakat 946 jiwa dengan jumlah penerimaan beras 1524 kg dan jumlah zakat dengan uang senilai Rp. 39.595.000. Dan pada tahun 2022 jumlah kepala keluarga keseluruhan 238 KK, jumlah yang berzakat 944 jiwa, perolehan zakat beras dan uang mengalami peningkatan lagi yaitu beras mencapai 1657,143 kg dan zakat uang senilai Rp. 44.288.000.

B. Pembahasan

Bagaimana da'i berdakwah akan berdampak signifikan terhadap efektifitas komunikasi dakwah. Da'i harus dapat menggunakan gaya komunikasi yang sesuai dengan kondisi mad'u agar mad'u mampu dengan mudah memahami materi dakwah yang disampaikan. Pengetahuan da'i dan pemahaman ilmu agama juga sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah itu sendiri. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penulis memperoleh hasil bahwa ternyata ada beberapa gaya komunikasi yang telah di tentukan oleh dua da'i tersebut secara berbeda. Adapun penerapan yang digunakan dari para da'i yaitu: (1) ustadz Agus Riadi menerapkan gaya komunikasi *Supportive Style Traits* (Gaya

Supportif), *The Equalitarian Style* (Gaya Kesetaraan) dan *Relaxes Style* (Gaya Santai); (2) sedangkan ustadz Muhammad Musa menggunakan empat gaya komunikasi dalam dakwahnya yaitu *Friendly Style* (Gaya Bersahabat), *Animated Style* (Gaya Animasi), *Structuring Style* (Gaya Berstruktur), dan *Impression Style* (Gaya Berkesan).

Dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi yang di terapkan oleh kedua da'i tersebut adalah berhasil (efektif), karena dari penyajian data sudah jelas terlihat adanya peningkatan zakat yang terjadi di Dusun Emplasmen setiap tahun sejak tahun 2020 sampai 2022. Tentu ada beberapa hal yang telah di upayakan para da'i dalam menyampaikan dakwahnya, seperti melakukan sosialisasi, kegiatan Majelis Taklim, ceramah di wirid ibu-ibu, kultum di Masjid saat bulan Ramadhan, mengingatkan langsung kepada masyarakat secara antarpribadi dan pada event dakwah lainnya yang disampaikan oleh para da'i dalam meningkatkan minat masyarakat Dusun Emplasmen untuk berzakat. Tentu dengan peningkatan jumlah zakat seperti ini dapat mengentaskan kemiskinan di masyarakat, dapat membantu para mustahik di antaranya yakni fakir, miskin, riqab (hamba sahaya), gharim, mualaf, fisabilillah, ibnu sabil dan amil zakat.

Gaya komunikasi yang diterapkan antara seorang da'i yang satu dengan lainnya tentu berbeda. Seorang da'i dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik dalam menjalankan misi dakwahnya agar mencapai kemandirian yang diperlukan dan memenuhi target. Agar pesan yang disampaikan dapat didengar, dipahami, bahkan dipraktikkan oleh masyarakat, seorang dai juga harus memiliki kemampuan bahasa yang jelas dan kemampuan memilih isi yang sesuai dengan situasi dan perkembangan yang terjadi di lingkungannya. masyarakat. Gaya komunikasi yang digunakan dari para da'i yaitu: (1) ustadz Agus Riadi menerapkan gaya komunikasi *Supportive Style Traits* (Gaya Supportif), *The Equalitarian Style* (Gaya Kesetaraan) dan *Relaxes Style* (Gaya Santai); (2) sedangkan ustadz Muhammad Musa menggunakan empat gaya komunikasi dalam dakwahnya yaitu *Friendly Style* (Gaya Bersahabat), *Animated Style* (Gaya Animasi), *Structuring Style* (Gaya Berstruktur), dan *Impression Style* (Gaya Berkesan).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil penelitian ini kesimpulannya bahwa adanya pengaruh dampak positif pada penggunaan gaya komunikasi da'i terhadap kesadaran masyarakat dalam membayar zakat di Dusun Emplasmen. Adapun dampak positifnya adalah:

1. Adanya peningkatan jumlah penerimaan zakat di tahun 2020 sampai 2022 dengan penerapan gaya komunikasi dan isi pesan dakwah yang disampaikan oleh ustadz Agus Riadi dan ustadz Muhammad Musa.
2. Mad'u lebih termotivasi untuk merealisasikan kewajibannya berzakat dengan adanya bimbingan, penyampaian ceramah ustadz dalam kegiatan sosialisasi, majelis taklim, ceramah di wirid ibu-ibu, kultum di Masjid saat bulan Ramadhan, mengingatkan langsung kepada masyarakat secara antarpribadi dan juga pada event dakwah lainnya seputar zakat dan infaq serta sedekah yang disampaikan oleh para da'i.
3. Membantu taraf kemiskinan masyarakat. Tentu dengan peningkatan jumlah zakat seperti ini dapat mengentaskan kemiskinan di masyarakat, dapat membantu para mustahik di antaranya yakni fakir, miskin, riqab (hamba sahaya), gharim, mualaf, fisabilillah, Ibnu Sabil dan Amil Zakat.

B. Saran

Saran yang dapat disampaikan pada penelitian ini agar penelitian lanjutan dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi sebagai pendukung dalam penelitiannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Adhiatma, A., & Fachrunnisa, O. (2021). The Relationship among Zakat Maal, Altruism and Work Life Quality: A Quantitative Analysis. *Interational Journal of Zakat*, 5(1), 72.
- Alimuddin. (2022). *Pemikiran Fiqh Ulama Dayah Aceh Tentang Zakat Tanaman (Suatu Analisis Berdasarkan Nilai-nilai Maqasid al-Syari'ah)*. Ar-Raniry Press.
- Azizah, S., N. (2018). *Analisis Praktik Zakat Sebagai Pengurang Penghasilan Kena Pajak: Studi Kasus Baznas Kota Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Bashori, A., H. (2022). Gaya Komunisi Da'i dalam Kegiatan Dakwah. *Jurnal Dakwah Dan Penyuluhan Islam*, 2(1).
- Fitri., W., Ernita, & Sarmiati. (2021). Minangkabau Women's Communication Style As A Bundo Kanduang In Era 4.0. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 10.
- Hidayah, M. (2020). *Gaya Komunikasi Ustadz ILAL dalam Program Acara Aksi Asia di Indosiar (Fakultas D)*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Iqbal, M. (2019). Hukum Zakat Dalam Perspektif Hukum Nasional. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 20(1).
- Karim, A., Mudhofi, M., & Arwani, W. (2020). Analisis Spasial Potensi Zakat dan Kemiskinan di Indonesia. *Ijtimaiyya. Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 13(2), 117-130.
- Kusumawijayanti, A. R., & Sunardi, A. M. (2022). Communication Style of Analisa Widyaningrum and Its Effect on The Public. *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 11(1).
- Malik, Z. A., Syarafuddin, M. (2023). Pengelolaan Dana Zakat dalam Bentuk Beasiswa Pendidikan dengan Syarat Perekrutan Tenaga Kerja Pada Lembaga Amil Zakat. *Journal on Education*, 4(1), 16.
- Martianto, R. W. U., & Toni, A. (2021). Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Milenial Bambang Sosanto Melalui Youtube Podcast. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 16.
- Nuraedah, & Mutawakkil. (2019). Gaya Komunikasi Dosen dalam Pembelajaran Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 143-144.
- Putra, A. S. (2021). *Gaya Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Dalam Menciptakan Kesadaran Bersih Lingkungan Masyarakat Kota Binjai (Fakultas D)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Rusmiatun, E. (2020). *Kesadaran Masyarakat Desa Terbanggi Marga Dalam Berzakat (Institut A)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Sudarman, A. (2018). Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 40.