

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH YAYASAN GERAK
SEDEKAH PEMALANG (GSP) DALAM MEMBANGUN
KESADARAN BERSEDEKAH MASYARAKAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Oleh :

HEVI AYU RISTIANA SAFITRI
NIM. 3417013

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH YAYASAN GERAK
SEDEKAH PEMALANG (GSP) DALAM MEMBANGUN
KESADARAN BERSEDEKAH MASYARAKAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Oleh :

HEVI AYU RISTIANA SAFITRI
NIM. 3417013

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HEVI AYU RISTIANA SAFITRI
NIM : 3417013
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH YAYASAN GERAK SEDEKAH PEMALANG (GSP) DALAM MEMBANGUN KESADARAN BERSEDEKAH MASYARAKAT”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 15 November 2022
Yang menyatakan



HEVI AYU RISTIANA SAFITRI
NIM. 3417013

NOTA PEMBIMBING

Dr. Esti Zaduqisti, M.Si.

Jl. Gondang 201 Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan

Lamp. : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

Sdri. Hevi Ayu Ristiana Safitri

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c/q. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

di

Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari :

Nama : HEVI AYU RISTIANA SAFITRI

NIM : 3417013

Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH YAYASAN GERAK SEDEKAH PEMALANG (GSP) DALAM MEMBANGUN KESADARAN BERSEDEKAH DI MASYARAKAT

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih. *Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 14 Maret 2022

Pembimbing,



Dr. Esti Zaduqisti, M.Si

NIP. 197712172006042002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **HEVI AYU RISTIANA SAFITRI**
NIM : **3417013**
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH YAYASAN
GERAK SEDEKAH PEMALANG (GSP) DALAM
MEMBANGUN KESADARAN BERSEDEKAH
MASYARAKAT**

yang telah diujikan pada hari Jumat, 25 November 2022 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. H. Khoirul Basyar, M.S.I
NIP. 19701005 200312 1 001

Penguji II

Hanif Ardiansyah, M.M
NIP. 199106262019031010

Pekalongan, 25 November 2022

Disahkan Oleh

Dekan,



Dr. H. Sam'ani, M.Ag

NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No.0543b/U/1987.

Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang didalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ= A		آ= ā
إ= I	أِي= Ai	إِي= ī
أ= U	أُو= Au	أُو= ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة Ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة Ditulis *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid, geminasi*)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا Ditulis *rabbānā*

البر Ditulis *al-bir*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh huruf “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalīl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apotrof /'/.

Contoh:

أمرت	Ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Syukur Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW dan dengan penuh rasa hormat serta segala rasa terimakasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Risto dan Ibu Siti Nur Janah yang telah mengikhhlaskan tenaga dan pikirannya demi keberhasilan putrinya, terimakasih tak terkira atas segala usaha dan jerih payah yang kalian perjuangkan yang selalu senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dan dukungannya. Semoga Allah swt senantiasa memberikan kebahagiaan dan membalas segala kebaikan kalian di dunia maupun akhirat.
2. Suamiku tercinta mas Duryani yang telah membantu dalam segala hal yang selalu menemaniku di kondisi apapun, memberi semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Anakku tersayang Keinarra Nasywa Fiani yang sudah mau bekerja sama sejak dalam kandungan dalam proses pembuatan skripsi ini, yang membuat saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Adikku Fadjrie Mahardika Ristiano yang telah memberi motivasi dan Semangat kepada saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Dosen pembimbing Dr. Esti Zaduqisti, M.SI, yang telah memberikan memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Keluarga Besar UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan dan seluruh dosen UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah mendidik dan membimbing saya selama studi.
7. Sahabat-sahabatku, Kurnia, Nazirah, Dhea, Lili, Desi, Adhelia, Faizah dan Mita yang selalu membantu saya dalam mengerjakan skripsi dan dalam hal lain. Serta selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.

MOTTO

“SEDEKAH MEMPERBAIKI DUNIA UNTUK SAUDARA KITA, DAN
ALLAH AKAN MEMPERBAIKI AKHIRAT UNTUK KITA”

(Muhammad Agus Syafii)

ABSTRAK

Hevi Ayu Ristiana Safitri. 2022. *Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP) dalam Membangun Kesadaran Bersedekah di Masyarakat.* Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H.Abdurahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: **Dr.Esti Zaduqisti, M.S.I.**

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Dakwah, Yayasan GSP, Kesadaran

Penelitian ini dilatar belakangi karena banyaknya masyarakat yang belum sadar akan pentingnya bersedekah. Banyak masyarakat yang masih menganggap remeh sedekah dan kurangnya pemahaman masyarakat akan pentingnya berbagi terhadap sesama ummat. Melihat dari fenomena ini, maka perlu adanya strategi yang dapat membuat masyarakat mengetahui keutamaan sedekah, dan perlu adanya pergerakan yang dapat membuat masyarakat mau untuk membantu ummat yang membutuhkan dengan bersedekah. Penelitian ini dilakukan di Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kesadaran bersedekah masyarakat kota Pemalang dan bagaimana strategi komunikasi dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP) dalam membangun kesadaran bersedekah di masyarakat.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) peneliti mengamati langsung objek penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Dalam menganalisis data, penulis melakukan reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP) telah melaksanakan strategi komunikasi dakwah dalam membangun kesadaran bersedekah di masyarakat. kesadaran bersedekah dimulai dari indikator pengetahuan, sikap, dan perilaku. Adapun strategi komunikasi dakwahnya menggunakan teori strategi dakwah yang dikemukakan oleh Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni. Strategi yang pertama dimulain dari strategi dakwah sentimentil dengan melaksanakan pengajian yang didalamnya berisi ceramah atau tausiyah yang menyentuh batin dan perasaan mad'unya. Kedua, strategi dakwah rasional dengan penyampaian materi dakwah yang maknanya dapat diterima akal. Dan juga dengan membuat konten tanya jawab agar para mad'unya bisa bertanya mengenai pentingnya bersedekah. Ketiga, strategi indrawi dengan memberikan keteladanan dengan perilaku-perilaku yang dapat dicontoh masyarakat misalnya dengan melaksanakan gerakan bersedekah berupa gerakan berbagi nasi bungkus yang mana kegiatan ini dapat membuat masyarakat sadar bersedekah.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbil 'Alamin, Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah serta karunia-Nya yang diberikan, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan seluruh umatnya.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah membantu memberikan andil, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karenanya pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa syukur, terimakasih, dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, Bapak Prof. Dr. Zainal Mustakim, M.Ag beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di kampus UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan ini.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Bapak Dr. H. Sam'ani Sya'roni, M.Ag.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam ibu Vyki Mazaya M.SI
4. Dosen Perwalian Akademik Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc, M.A. yang sudah membimbing saya dari semester pertama sampai terakhir menyelesaikan perkuliahan ini
5. Dosen pembimbing skripsi, ibu Esti Zaduqisti, M.SI yang telah membimbing jalannya proses skripsi penulis, dari awal hingga akhir dan banyak memberi ilmu baru yang mana belum pernah penulis dapatkan sebelumnya.

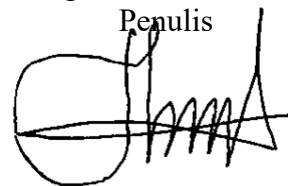
6. Segenap dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah dan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah mendidik dan memberikan banyak wawasan ilmu pengetahuan baru kepada penulis.
7. Para Staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang senantiasa berusaha dan berkenan memberikan pelayanan terbaik untuk penulis.
8. Seluruh sahabat dan teman seperjuangan penulis di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan dari semua fakultas, serta pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah berkenan membantu dan berbagi ilmu serta pengalamannya kepada penulis.

Penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga, semoga Allah SWT, senantiasa melimpahkan cinta, kasih sayang dan meridhai semua usaha yang telah penulis laksanakan.

Amin ya Rabbalalamin.

Pekalongan, 15 November 2022

Penulis



Hevi Ayu Ristiana S

NIM. 3417013

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Metode Penelitian.....	13
G. Sistematika Penulisan.....	17

BAB II KESADARAN BERSEDEKAH DAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH	19
A. Kesadaran Bersedekah	19
B. Strategi Komunikasi Dakwah.....	25
BAB III KESADARAN BERSEDEKAH MASYARAKAT DAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH YAYASAN GERAK SEDEKAH PEMALANG	38
A. Gambaran Umum.....	38
B. Kesadaran Bersedekah Masyarakat Pemalang	42
C. Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang	46
BAB IV ANALISIS KESADARAN BERSEDEKAH MASYARAKAT DAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH YAYASAN GERAK SEDEKAH PEMALANG	51
A. Analisis Kesadaran Bersedekah Masyarakat.....	51
B. Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP).....	54
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir.....	12
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PEDOMAN OBSERVASI

LAMPIRAN 2 TRANSKIP WAWANCARA

LAMPIRAN 3 CATATAN LAPANGAN

LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI

LAMPIRAN 5 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Masyarakat Indonesia mayoritas penduduknya muslim. Bersedekah sudah semestinya menjadi kebiasaan yang ditanamkan pada setiap individu muslim. Sedekah menjadi salah satu amal ibadah yang menempati posisi penting dalam kehidupan manusia. Bersedekah menjadikan diri lebih dekat dengan Allah Swt. Pada dasarnya sedekah merupakan kegiatan yang memberikan atau mendermakan sesuatu kepada orang lain.¹

Dengan demikian, kesadaran masyarakat dalam bersedekah itu sangat penting. Sudah semestinya setiap individu muslim memiliki rasa kesadaran bersedekah. Kesadaran bersedekah merupakan suatu hal yang dirasakan dan dialami seseorang yang ingin menggerakkan hatinya untuk memberikan sesuatu hal dalam kebaikan yang disebut sedekah. Seseorang yang mempunyai kesadaran bersedekah mereka akan memahami makna pentingnya berbagi kepada sesama daripada suka menuntut dan meminta yang seringkali bukan haknya. Sedekah akan membuat amalan ibadah mereka semakin lengkap di mata Allah Swt, dan semakin sempurna untuk kehidupan sosialnya ditengah masyarakat luas. Kesadaran bersedekah akan selalu mengingatkan manusia untuk hidup hati-hati dalam mengelola harta benda dan menggunakannya secara tepat dan berguna.²

¹Furqan al-azizy, *Akibat-akibat Fatal Meremehkan Shadaqah*, (Jogjakarta : Diva Press 2013) cet ke-1, hlm. 16.

²Andina Prasetya, Yogi Suprayogi Sugandi, 'Isu Gerakan Sosial Baru: Tempat Nasi Gratis Bandung', *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, Vol.3 No.2, Juni 2019, hlm. 61.

Namun dilihat dari fenomena yang ada, begitu banyak masyarakat yang masih tidak sadar dan masih menganggap remeh sedekah. Masyarakat menganggap sedekah perlu dilakukan untuk orang-orang kaya saja. Tetapi banyak sekali masyarakat yang lupa akan bersedekah ketika telah diberi kekayaan. Kurangnya kesadaran masyarakat akan bersedekah dapat dikatakan bahwa pemahaman keagamaan serta keimanan masyarakat masih sangat minim.³ Maka dari itu untuk dapat menyadarkan masyarakat akan pentingnya bersedekah perlu adanya strategi supaya masyarakat paham akan keutamaan dalam bersedekah.

Berdasarkan masalah yang dikemukakan diatas, jelas membutuhkan strategi komunikasi dakwah dalam membangun sikap kesadaran bersedekah di masyarakat. Komunikasi dakwah jika dilihat dari segi prosesnya cenderung hampir sama dengan komunikasi pada umumnya. Namun cara dan tujuan yang akan dicapai menjadi hal pembeda antara keduanya. Pada umumnya tujuan komunikasi yaitu, mengharapkan partisipasi dari komunikan atas ide atau pesan yang tersampaikan dari komunikator, sehingga dalam proses tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Lain dari itu, komunikasi dakwah bertujuan terjadinya perubahan atau pembentukam sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran Islam.⁴

Ada beberapa metode dakwah yang digunakan dalam kegiatan komunikasi dakwah. Pertama, dakwah *bil-lisan*, meliputi ceramah, seminar,

³Wawancara dengan Ketua Yayasan Gerak Sedekah Pematang, 12 Juli 2021.

⁴Mubasyarh, “*Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat*”, Academic Journal For Homiletic Studies, Vol.2, No.4, hlm. 311-324.

khutbah, dan sebagainya. Kedua, dakwah *bil-hal*, yaitu berupa perilaku yang sopan sesuai dengan ajaran Islam, memelihara lingkungan, tolong menolong sesama. Ketiga, dakwah *bil-kitab*, yaitu berupa buku, majalah, surat, koran, spanduk, pamflet, dan karya lainnya.⁵

Supaya tujuan komunikasi dakwah dapat tercapai, maka komunikasi dakwah memerlukan sebuah strategi. Tanpa menggunakan strategi yang tepat, komunikasi dakwah tidak dapat dijalankan dengan baik dan tentu tidak akan memperoleh hasil yang maksimal.⁶ Strategi dakwah adalah perpaduan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang harus ditempuh, tapi juga berisi taktik operasionalnya.⁷ Menurut Al-bayanuni strategi dakwah meliputi tiga hal yaitu strategi sentimental, strategi rasional, dan strategi indrawi.⁸

Dakwah merupakan tugas bagi setiap muslim yang mana dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Secara individu maupun kelompok. Salah satu berdakwah dengan kelompok yakni dengan membentuk organisasi atau komunitas dakwah. Di Kota Pematang Siantar ada sekumpulan pemuda yang kreatif dan inovatif dengan melakukan dakwah melalui gerakan bersedekah bernama Yayasan Gerak Sedekah Pematang Siantar. Salah satu pelaku dakwah, yakni Yayasan Gerak Sedekah Pematang Siantar mengajak masyarakat untuk membangun kesadaran dalam bersedekah. Awalnya, Gerak Sedekah Pematang Siantar (GSP) sebagian besar adalah kumpulan pemuda perantau yang pulang ke kampung

⁵Yusran Asmuni, *Ilmu Tauhid*, (Jakarta : PT GRAFINDO 2000) hlm. 20.

⁶Ropingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Malang : Madani, 2016), hlm. 104.

⁷M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2004), hlm. 201.

⁸M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2004), hlm. 300.

halamannya di Pemalang dan mendirikan sebuah gerakan sedekah ini demi tetap bisa mengajak masyarakat untuk beramal dan menyambung silaturahmi.⁹ Karena itulah, berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai strategi komunikasi dakwah komunitas tersebut sekaligus dijadikan pembahasan untuk skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang dalam Membangun Kesadaran Bersedekah di Masyarakat Kota Pemalang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang di atas, maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kesadaran bersedekah masyarakat kota Pemalang?
2. Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang dalam membangun kesadaran bersedekah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang berkenaan dengan rumusan masalah di atas, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kesadaran bersedekah masyarakat Pemalang.
2. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang dalam membangun kesadaran bersedekah.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu, adapun manfaatnya sebagai berikut:

⁹Wawancara dengan Ketua Yayasan Gerak Sedekah Pemalang, 12 Juli 2021.

1. Manfaat Akademis

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan teori-teori yang berkaitan dengan Kesadaran ersedekah dan Strategi Komunikasi Dakwah.

2. Manfaat praktis

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan sebagai acuan inspirasi bagi kaum muda untuk lebih mendalami pengetahuan dan tata cara menggalang dana.

E. Tinjauan Pustaka

1. Deskripsi Teori

a. Pengertian Strategi Komunikasi Dakwah

Strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani “*stratego*” yang berarti merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju, jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.¹⁰ Strategi menurut Amin adalah upaya untuk mengerahkan dan mengarahkan potensi dan sumber daya ke dalam rangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹¹

Strategi dapat dipahami sebagai daya upaya untuk mencapai tujuan agar memperoleh hasil yang diharapkan. Jika strategi dikaitkan dengan dakwah, dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya

¹⁰Dedy Susanto, *Psikoterapi Religius Sebagai Strategi Dakwah dalam Menanggulangi Tindak Sosiopatic*, Jurnal Konseling Religi, Vol.4, No.1, Juni 2013, hlm. 18.

¹¹Ujang Mahadi, *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*, (Bogor : PT Penerbit IPB Press, 2015), hlm. 74.

upaya untuk mencapai tujuan dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain, strategi dalam komunikasi dakwah ialah siasat, taktik yang ditempuh untuk mencapai tujuan dakwah.¹²

Nabi Muhammad Saw menggunakan strategi komunikasi dakwah dengan tujuan untuk membawa umat dari kegelapan menuju masa yang terang benderang. Adapun menurut Al-Bayanuni strategi komunikasi dakwah dibagi menjadi tiga macam yaitu :

1) Strategi Sentimentil atau Al-Manhaj al-athif

Strategi ini yaitu berfokus untuk menggerakkan batin dari mad'u.

Dengan metode yaitu memberi nasihat-nasihat kepada mad'u serta melayani mad'u dengan baik.

2) Strategi rasional atau Al-manhaj al-naqli

Metode yang digunakan pada strategi ini berfokus pada akal dan pikiran. Strategi ini bertujuan agar mad'u dapat berfikir dan merenungkan serta mengaplikasikan apa yang menjadi pesan dalam penyampaian dakwah.

3) Strategi indrawi atau Al-manhaj al-hissy

Strategi ini juga disebut dengan strategi eksperimen atau dapat diartikan sebagai system ataupun metode dakwah yang berfokus pada hasil penelitian atau percobaan. Contohnya pada zaman Rasulullah

¹²Dedy Susanto, *Psikoterapi Religius Sebagai Strategi Dakwah dalam Menanggulangi Tindak Sosiopatic*, Jurnal Konseling Religi, Vol.4, No.1, Juni 2013, hlm. 19.

SAW dimana beliau mempraktekan islam dengan disaksikan para sahabatnya seperti menunjukan secara langsung mukjizat yang didapatnya seperti belahnya rembulan.¹³

b. Pengertian Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah segala bentuk komunikasi yang berisi pesan ajakan kepada jalan tuhan atau ajakan berbuat baik dan meninggalkan keburukan. Komunikasi dakwah dapat diartikan bahwa sebuah proses interaksi penyampaian ajaran-ajaran agama yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain atau banyak orang, dengan menggunakan media atau tidak dengan tujuan agar tercipta pemahaman yang berdampak kepada terjadinya perubahan pola pikir dan tingkah laku komunikan. Komunikasi dakwah dapat pula diartikan sebagai sebuah proses penyampaian informasi-informasi yang bersumber pada ajaran agama yang dilakukan oleh para retor-retor dakwah untuk mempengaruhi sikap dan persepsi obyek dakwah atau mad'u.¹⁴

Mengenai model komunikasi dakwah, juga sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dakwah tidak hanya dilakukan secara linier, yakni da'i - pesan dakwah – mad'u, seperti dalam model dakwah bil-lisan dengan metode ceramah atau pidato saja. Sekarang ini dalam berbagai literature model komunikasi dakwah meliputi model bil-lisan, bil-qalam, dan bil-hal. Model komunikasi dakwah *bil-lisan*, model

¹³Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015). Hlm. 353.

¹⁴Suharto, *Fungsi Komunikasi Dakwah Di Era Multi Media*, Jurnal Al-misbah, Vol.15, No.1, Juni 2019, hlm. 27.

dakwah dengan penyampaian pesan melalui kata-kata yang diucapkan secara lisan. Misalnya dalam bentuk ceramah agama (tausiyah), pemberian nasehat secara lisan (mauidzah hasanah) baik langsung maupun tidak langsung, metode cerita atau kisah. Model komunikasi dakwah *bil-qalam*, yakni model komunikasi melalui tulisan. Misalnya dalam bentuk karya buku, artikel di media tulis cetak, hasil karya penelitian, dan berbagai opini yang disampaikan secara tertulis. Model komunikasi dakwah *bil-qalam*, yakni model komunikasi dakwah yang dilakukan melalui praktik kehidupan sehari-hari dalam berbagai kegiatan, baik dalam bentuk sikap, pengambilan keputusan dalam kehidupan yang dapat dirasakan kontribusinya bagi masyarakat.¹⁵

c. Pengertian Kesadaran Bersedekah

Aspek utama yang mendorong unsur kesadaran diri dalam pribadi manusia yaitu aspek ruhani. Secara bahasa kesadaran dapat diartikan dengan ingat, merasa, dan insaf kepada diri sendiri. Dalam bahasa arab kesadaran diri disebut ma'rifat al-nafs. Dari pengertian secara bahasa dapat diambil sebuah gambaran umum tentang kesadaran diawali dengan melihat terminology istilah pribadi yang berarti sendiri atau mandiri. Dengan akal budi yang dimiliki, manusia mengetahui apa yang dilakukan dan mengapa ia melakukannya.¹⁶ Kesadaran juga merupakan unsur dalam manusia dalam memahami realitas dan bagaimana cara bertindak

¹⁵Yuliatun, *Model Komunikasi Dakwah Berbasis Bimbingan Konseling Islam*, Jurnal AT-TABSIR, Vol.3, No.2, Desember 2015, hlm. 260.

¹⁶Malikah, "Kesadaran Diri Proses Pembentukan Karakter Islam" Jurnal Al-Ulum, Vol.13 No.1, Juni 2013, hlm. 130.

atau menyikapi terhadap realitas.¹⁷ Menurut Soekanto terdapat tiga indikator kesadaran yaitu pengetahuan, sikap, dan pola perilaku (tindakan).¹⁸ Sedangkan Sedekah berasal dari bahasa arab yaitu ‘*shodaqoh*’ yaitu pemberian sesuatu dari seseorang kepada orang lain karena ingin mendapatkan pahala dari Allah.¹⁹ Sedekah menurut pengertian bahasa adalah kata benda yang dipakai untuk suatu hal yang disedekahkan. Kata tersebut diambil dari huruf *shad*, *Dal*, dan *Qaf*. Sedekah juga berasal dari kata *ash-shidq* (benar) karena ia menunjukkan kebenaran penghambaan seseorang kepada Allah.²⁰ Menurut Nasrun Harun, Sedekah diartikan sebagai sebuah pemberian seseorang secara ikhlas kepada orang yang berhak menerima yang diiringi juga oleh pahala dari Allah.²¹ Menurut Sulaiman Rasjid, sedekah dapat diartikan memberikan barang dengan tidak ada tukarannya karena mengharapkan pahala di akhirat.²²

Jadi dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa sedekah adalah pemberian dari seseorang secara ikhlas kepada orang lain yang membutuhkan, berupa hal-hal yang dibutuhkan orang lain tanpa mengharapkan imbalan dari orang lain hanya mengharapkan pahala dari

¹⁷ Achmad Afandi, Amous Noelaka, Dkk, “*Kesadaran Lingkungan Masyarakat Dalam Pemeliharaan Taman Lingkungan*” Jurnal Menara Jurusan Teknik Sipil FT.UNJ Vol. VII No.1, Januari 2012, hlm. 56.

¹⁸ Ambar Sih Wardhani, *Studi Tentang Kesadaran*, (Jakarta:FKM UI, 2008), hlm.8-9.

¹⁹ Gus Arifin, *Keutamaan Zakat Infak Sedekah*, (Jakarta : PT Elex Media Komputinto Kelompok Gramedia 2016) hlm. 185.

²⁰ Abu Ahmad Haekal, *Dahsyatnya Sedekah Wanita*, (Solo: Nabawi, 2012) hlm. 19.

²¹ Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Praneda Media Grop, 2015) hlm. 149.

²² Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2012) hlm. 326.

Allah SWT. Dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa definisi kesadaran bersedekah merupakan suatu hal yang dirasakan dan dialami seseorang yang ingin menggerakkan hatinya untuk memberikan sesuatu hal dalam kebaikan yang disebut sedekah.

2. Penelitian Yang Relevan

- a. Intan Hartati, Mahasiswi Institute Agama Islam Negeri Salatiga, Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam dengan judul skripsi, “Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhid Peduli Jawa Tengah Dalam Mensejahterakan Umat Islam Di Semarang”. Penelitian tersebut memberikan informasi tentang perlunya perencanaan strategi komunikasi dakwah bagi para lembaga amil zakat supaya dalam pendistribusian Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) lebih efektif, tepat sasaran, dan merata. Sehingga dengan adanya ZIS diharapkan dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat, mengurangi masalah sosial yang kini terjadi.²³

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh saudari Intan Hartati dengan penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti yakni terdapat pada subjek penelitiannya. Penelitian terdahulu meneliti Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhid Peduli Jawa Tengah, sedangkan pada penelitian yang hendak diteliti yaitu meneliti Komunitas Gerak Sedekah Pemalang sebagai subjek penelitiannya. Namun ada

²³Intan Hartati, *Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhid Jawa Tengah Dalam Mensejahterakan Umat Islam Di Semarang*, Skripsi (Salatiga: IAIN Salatiga 2019)

persamaan pada kedua penelitian ini, yakni sama-sama membahas tentang penerapan Strategi Komunikasi Dakwah.

- b. Putra Akbar Alkautsar, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam dengan judul skripsi “Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Ngider dalam Membangun Kesadaran Bersedekah di Jakarta”. Penelitian ini berisi tentang bagaimana strategi dakwah yang dilakukan komunitas sedekah ngider dalam membangun kesadaran bersedekah di jakarta.²⁴ Perbedaannya dengan skripsi penulis adalah objek dan lokasinya. Penulis menjadikan Komunitas Gerak Sedekah Pemalang sebagai objek yang berlokasi di kota Pemalang.
- c. Hj. Rachmi Ardhilah, Mahasiswi Universitas Islam Syarif Hidayatullah jakarta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan judul skripsi “Peran Program Nikmatnya Sedekah untuk Membangun Kesadaran Bersedekah Pada Jamaah di MNC TV”. Skripsi ini membahas mengenai program nikmatnya sedekah untuk membangun kesadaran bersedekah pada jamaah di MNC TV. Perbedaan dengan penelitian yang hendak dilakukan yakni penelitian terdahulu lebih fokus terhadap peran program nikmatnya sedekah yang ditayangkan pada MNC TV,²⁵ sedangkan penelitian ini lebih fokus kepada strategi dakwah komunitas gerak sedekah pemalang. Namun persamaan dari kedua penelitian ini adalah

²⁴ Putra Akbar Alkautsar, *Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Ngider Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Di Jakarta*, Skripsi (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2018).

²⁵ Rachmi Ardhila, *Peran Program Nikmatnya Sedekah untuk Membangun Kesadaran Bersedekah pada Jamaah di MNC TV*, Skripsi (Jakarta :UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2011).

mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk membangun kesadaran bersedekah.

3. Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Dalam kerangka berfikir ini, penulis akan menjelaskan tentang Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang dalam membangun kesadaran bersedekah masyarakat. Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP) merupakan suatu organisasi yang berperan dalam menyusun strategi tersebut.

Strategi komunikasi dakwah mengacu kepada pendapatnya Muhammad Ali Al-bayuani yang membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk yaitu strategi sentimentil, strategi rasional, dan strategi indrawi. Strategi komunikasi dakwah tersebut akan mempengaruhi tiga indikator

kesadaran yang dikemukakan oleh Soekanto yaitu sikap, pengetahuan, dan perilaku (tindakan).

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang datanya tidak diperoleh melalui prosedur kuantitatif, perhitungan statistik, atau bentuk cara-cara lainnya yang menggunakan ukuran angka. Penelitian kualitatif pada prinsipnya untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam,²⁶ dan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menjelaskan situasi atau peristiwa. Peneliti mengamati sesuatu (objek penelitian) dan kemudian menjelaskan apa yang diamatinya.²⁷

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini secara spesifik mengambil lokasi di Kota Pemalang, Kecamatan Pemalang, Kabupaten Pemalang.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Komunitas Gerak Sedekah Pemalang (GSP), sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi dakwah dalam membangun kesadaran bersedekah.

²⁶ Ajar Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm.4.

²⁷ Morissan, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta : Kencana, 2012), hlm.37.

4. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data primer dan data sekunder dengan perincian sebagai berikut :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung.²⁸ Teknik pengumpulan data primer ini melalui wawancara kepada beberapa narasumber. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah ketua beserta anggota dari komunitas Gerak Sedekah Pemalang (GSP).

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh lewat pihak lain secara tidak langsung. Data sekunder seperti halnya dokumen-dokumen yang terkait, buku-buku hasil penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya.²⁹ Data ini diperoleh penulis dengan mengumpulkan materi yang berkaitan dengan teori-teori strategi dakwah dalam membangun kesadaran bersedekah yaitu dari buku, jurnal, dan skripsi bahan-bahan pustaka lainnya diperoleh dengan cara dokumentasi.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan penelitian ini, melalui metode pengumpulan data sebagai berikut :

²⁸ Tarjo, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Deepublish, 2019) hlm. 92.

²⁹ *Ibid*, hlm. 93.

a. Interview atau Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi atau tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang yaitu antara peneliti dengan sumber data dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Wawancara atau interview yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah jenis wawancara terstruktur, yaitu peneliti dalam melakukan wawancara dengan narasumber menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.³⁰

b. Observasi

Observasi yaitu mengamati secara langsung. Teknik ini memungkinkan peneliti mengambil kesimpulan dan sudut pandang responden, kejadian, peristiwa, atau proses yang diamati. Lewat observasi ini, peneliti bisa melihat sendiri secara langsung bagaimana teori dan sudut pandang responden yang mungkin tidak terdeteksi lewat wawancara.³¹

c. Dokumentasi

Dokumen yaitu catatan peristiwa yang sudah lampau yang dinyatakan dalam bentuk lisan, tulisan, dan karya bentuk.³² Dalam metode pengumpulan data dokumentasi ini peneliti mengambil foto kegiatan program Komunitas Gerak Sedekah Pernalang, selain itu menggunakan catatan-catatan supaya data yang diperoleh lebih jelas

³⁰ Ajar Rukajat. *op.cit*, h.23-24.

³¹ A. Chaedar Alwasilah, *Pokoknya Kualitatif Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Pustaka Jaya, 2002) hlm. 110.

³² *Ibid*, hlm. 90.

seperti halnya data sejarah berdirinya Komunitas Gerak Sedekah Pemalang dan lain-lain.

6. Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses yang dilakukan secara sistematis untuk mencari, menemukan, dan menyusun transkrip wawancara, catatan-catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya yang telah dikumpulkan peneliti dengan teknik-teknik pengumpulan data lainnya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles Huberman.

Ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman yaitu :

a. Reduksi Data

Dalam tahap ini, peneliti mengumpulkan semua data yang berkaitan dengan strategi komunikasi dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang dalam membangun kesadaran bersedekah masyarakat kota Pemalang. Kemudian menyusun secara ringkas dan memilih mengambil data yang digunakan. Peneliti juga menambahkan beberapa deskripsi agar lebih jelas hingga laporan penelitian selesai.

b. Penyajian Data

Setelah proses reduksi, peneliti menyusun data secara teliti, agar kesimpulan yang diberikan tepat serta dapat mengambil langkah selanjutnya.

c. Penarikan kesimpulan atau Verifikasi

Setelah tahap penyajian data, peneliti memberikan kesimpulan secara bertahap, sesuai dengan data sementara yang didapat. Sehingga peneliti dapat memberikan kesimpulan yang tepat mengenai strategi komunikasi dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang seiring terkumpulnya seluruh data penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh bentuk skripsi yang sistematis, penyusun membahas penelitian ini ke dalam lima bab, yang saling berkaitan antara bab satu dengan bab yang lain, dengan tujuan untuk memudahkan penjelasan dan pemahaman pokok permasalahan yang akan dibahas. Berikut adalah penjelasannya.

Bab I Pendahuluan, pada bab ini penulis menerangkan secara garis besar mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka serta sistematika penulisan.

Bab II Strategi komunikasi dakwah dan Kesadaran Bersedekah meliputi: pengertian strategi komunikasi dakwah, unsur-unsur komunikasi dakwah, macam-macam komunikasi dakwah, tujuan dan fungsi dakwah. Bagian kedua adalah Kesadaran Bersedekah meliputi : pengertian kesadaran bersedekah, manfaat sedekah, faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran bersedekah.

Bab III Pada Bab ini menguraikan gambaran umum yayasan gerak sedekah pemalang (GSP), meliputi: sejarah, visi dan misi, logo, stuktur organisasi, dan program kerja yayasan. Dan juga paparan data tentang strategi komunikasi dakwah dalam membangun kesadaran bersedekah.

Bab IV Analisis Hasil Penelitian, Meliputi: Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP) Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Masyarakat di Kota Pemalang.

Bab V Penutup, Bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian Strategi Komunikasi Dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP) dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Masyarakat Kota Pemalang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah Yayasan Gerak sedekah Pemalang dalam membangun kesadaran bersedekah di masyarakat sebagai berikut:

1. Kesadaran bersedekah masyarakat kota Pemalang diukur dari ketiga indikator kesadaran diantaranya pengetahuan, sikap, dan tindakan atau perilaku. Pengetahuan masyarakat dalam bersedekah sudah dinilai cukup baik, hal tersebut bisa dilihat dari masyarakat yang sudah mengetahui bahwa sedekah sebagai perbuatan yang baik. Sikap masyarakat dalam bersedekah juga sudah cukup baik, hal tersebut dilihat dari respon masyarakat yang merasa senang jika bisa bersedekah karena bisa membantu orang lain. Tetapi walaupun masyarakat mempunyai pengetahuan dan sikap yang baik dalam bersedekah, namun keinginan atau pelaksanaan untuk sadar bersedekah belum dilakukan sepenuhnya. Sebagian masyarakatnya masih memiliki perilaku yang kurang baik dalam bersedekah. Hal ini ditunjukkan dengan masyarakat yang cenderung lebih mengutamakan kepentingan pribadinya dibandingkan mengutamakan kepentingan sosial seperti bersedekah.
2. Strategi komunikasi dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP) memiliki posisi dan peranan yang baik dalam rangka membangun kesadaran

bersedekah di masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilaksanakan oleh peneliti, kemudian dilaksanakan analisis dan sinkronisasi antara fakta peristiwa dengan teori yang diambil oleh peneliti yaitu ada tiga strategi komunikasi dakwah yang meliputi pertama, strategi dakwah sentimentil dengan memberikan pengajian atau ceramah untuk menggerakkan perasaan dan batin masyarakat sebagai upaya membangun kesadaran dalam bersedekah. Kedua, strategi dakwah rasional yang berupa pemberian kajian dakwah yang maknanya dapat diterima oleh akal. Ketiga, strategi dakwah indrawi dengan memberikan contoh keteladanan dengan perilaku perilaku yang dapat dicontoh oleh masyarakat seperti gerakan bersedekah berupa gerakan berbagi nasi bungkus dan klenceng sedekah. Secara keseluruhan penerapan strategi komunikasi dakwah yayasan gerak sedekah pemalang berjalan efektif dan efisien dan diharapkan dapat membangun kesadaran bersedekah di masyarakat kota Pemalang.

B. Saran

Dari hasil penelitian mengenai strategi komunikasi dakwah Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP) dalam membangun kesadaran bersedekah di masyarakat, terdapat beberapa hal yang perlu diberikan saran, antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Yayasan Gerak Sedekah Pemalang (GSP)

Kepada anggota Yayasan GSP agar laporan pertanggung jawaban setiap program diberikan kepada masyarakat. Sehingga masyarakat juga

dapat memberikan saran kepada anggota Yayasan GSP. Melakukan kerja sama dengan pemerintah setempat agar pemerintah setempat juga dapat merasakan kehadiran Yayasan GSP dalam membantu masyarakat, dan selalu aktif untuk mengajak dan menanamkan nilai-nilai sedekah dengan memberikan tausiyah ketika melaksanakan program. Dan juga agar lebih aktif lagi untuk mengunggah di media sosial mengenai tips dan ajakan untuk bersedekah. Agar dapat menarik perhatian para pengguna media sosial yang mayoritas penggunanya adalah anak muda atau remaja. Sehingga semua tingkatan masyarakat dapat mengerti tentang nilai-nilai bersedekah.

2. Bagi Masyarakat

Bagi Masyarakat diharapkan dengan adanya Yayasan GSP ini lebih memudahkan masyarakat dalam menyalurkan donasi atau sedekahnya. Semoga masyarakat lebih sadar dalam bersedekah guna membantu masyarakat lainnya yang membutuhkan.

3. Bagi Akademisi

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya, variabel yang berbeda, jumlah sampel yang lebih banyak, tempat yang berbeda, desain yang lebih tepat yang berhubungan dengan sedekah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Achmad, Amous Noelaka, Dkk. 2012. *“Kesadaran Lingkungan Masyarakat Dalam Pemeliharaan Taman Lingkungan”*. Jurnal Menara Jurusan Teknik Sipil FT.UNJ Vol. VII No.1, Januari.
- Al-azizy, Furqan. 2013. *Akibat-akibat Fatal Meremehkan Shadaqah*. Jogjakarta : Diva Press.
- Alkautsar, Putra Akbar. 2018. *Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Ngider Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Di Jakarta, Skripsi*. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Alwasilah, Chaedar. 2002. *Pokoknya Kualitatif Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Anwar, Desy. 2015. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru*. Surabaya: Amelia.
- Ardhila, Rachmi. 2011. *Peran Program Nikmatnya Sedekah untuk Membangun Kesadaran Bersedekah pada Jamaah di MNC TV, Skripsi*. Jakarta :UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Arifin, Bustanol. 2018. *Strategi Komunikasi Dakwah Da’i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 2, No. 2, Desember.
- Arifin, Gus. 2016. *Keutamaan Zakat Infak Sedekah*. Jakarta : PT Elex Media Komputinto Kelompok Gramedia.
- Asmuni, Yusran. 2000. *Ilmu Tauhid*. Jakarta : PT GRAFINDO.
- Aziz, M. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Kencana.
- Aziz, Moh. Ali. 2015. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Darwin, Sudarwin. 2011. *Pengembangan Profesi Guru: Dari Pra-Jabatan Induksi ke Profesional Madani*. Jakarta: Kencana.
- Departemen Agama. 2010. *Al-Qur’an dan Terjemahan*. Bandung: Fokus Media.

- Ghazali, Abdul Rahman dkk. 2015. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ghazali, Bahri. 1997. *Dakwah Komunikatif (Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah)*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Haekal, Abu Ahmad. 2012. *Dahsyatnya Sedekah Wanita*. Solo: Nabawi.
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hartati, Intan. 2019. *Strategi Komunikasi Dakwah Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhid Jawa Tengah Dalam Mensejahterakan Umat Islam Di Semarang, Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- HR, Nafik Muhammad, Abdus Sami. 2014. *Dampak Shadaqah Pada Keberlangsungan Usaha*. Jurnal. Vol.1 No.2.
- Ishaq, Ropingi El. 2016. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Malang : Madani.
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mahadi, Ujang. 2015. *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*. Bogor : PT Penerbit IPB Press.
- Malikah. 2013. "Kesadaran Diri Proses Pembentukan Karakter Islam". Jurnal Al-Ulum, Vol.13 No.1, Juni.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : Kencana.
- Mubasyaroh. 2017. *Strategi Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat*. Jurnal Dakwah: Vol. 11, No. 2, Desember.
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Munawir, Muktafah. 2011. *Agar Sedekah Tak Pernah Sia-Sia*. Yogyakarta: Real Books.
- Neolaka, Amos. 2008. *Kesadaran Lingkungan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prasetya, Andina dan Yogi Suprayogi Sugandi, 2019. "Isu Gerakan Sosial Baru: Tempat Nasi Gratis Bandung". Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi, Vol.3 No.2, Juni.
- Rafi'udin dan Maman Abd Djaliel. 1997. *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

- Rasyid, Sulaiman. 2012. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algesindo Bandung.
- Rasyidah dkk. 2009. *Ilmu Dakwah (Perspektif Gender)*. Banda Aceh: Bandar Publishing.
- Rukajat, Ajar. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sangid, Ahmad. 2008. *Dahsyatnya Sedekah*. Jakarta: Qultum Media.
- Shiddieqy, Muhammad Hasbi Ash. 2006. *Pedoman Zakat*. Semarang: Pustaka Rizky Putra.
- Sudarman, A. 2018. *Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal*. Jurnal Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Suharto. 2019. *Fungsi Komunikasi Dakwah Di Era Multi Media*. Jurnal Al-misbah, Vol.15, No.1, Juni.
- Susanto, Dedy. 2013. *Psikoterapi Religius Sebagai Strategi Dakwah dalam Menanggulangi Tindak Sosiopatic*. Jurnal Konseling Religi, Vol.4, No.1, Juni.
- Tarjo. 2019. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Deepublish.
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yuliatun. 2015. *Model Komunikasi Dakwah Berbasis Bimbingan Konseling Islam*. Jurnal AT-TABSYIR, Vol.3, No.2, Desember.
- Zulfikli, Saifullah dkk 2003. *Integritas Psikologi Dakwah (Dalam Pengembangan Masyarakat Islam)*. Banda Aceh: CV. Citra Karya Banda Aceh.