

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tanpa komunikasi masyarakat tidak mungkin terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Schramm ; 1982: 5).

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communiaco* yang artinya membagi. Karena untuk berkomunikasi di perlukan usaha dan kerja. Dari kata itu dibuat kata kerja *Communicare* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, membutuhkan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan dan berteman (Hardjana, 2003: 10).

Komunikasi sebagai suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang – orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

Jadi komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Ia

diperlukan untuk mengatur tatakrma pergaulan antar manusia, sebab berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan dalam bermasyarakat, apapun profesinya.

Komunikasi ini sendiri dibagi dalam empat bagian, yaitu komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antar pribadi (komunikasi interpersonal), komunikasi public dan komunikasi massa (Cangara, 2005:30).

Komunikasi antar pribadi atau disebut juga dengan komunikasi interpersonal yakni proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R Wayne Pace(1979) (Cangara,2005 : 31) bahwa "*interpersonal communications is communications involving two or more people in a face a face setting.*"

Menurut sifatnya, komunikasi antar pribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi diadik (*Dyadic Communication*) dan komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*).

Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi Diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, dan wawancara. Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal. Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam, dan lebih personal, sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni

adanya pihak yang dominant pada posisi bertanya dan lainnya pada posisi menjawab (Cangara, 2005:32).

Peran komunikasi yang dalam bentuk komunikasi antara karyawan Rumah Zakat dengan *muzakki*, dimana karyawan/pengumpul zakat dapat bertatap muka langsung dengan *muzakki*, sehingga terciptalah hubungan yang lebih intensif untuk memudahkan dalam meningkatkan orang – orang yang berzakat. Karena komunikasi interpersonal merupakan kegiatan yang dinamis, sangat penting, dan efeknya sangat luar biasa.

Di tengah canggihnya saluran komunikasi, maka bentuk komunikasi interpersonal ini merupakan salah satu tipe komunikasi yang memegang peranan penting dalam proses pencapaian tujuan dari komunikasi itu sendiri. Baik dalam sebuah perusahaan, organisasi maupun dalam sebuah lembaga pengumpul dan penyalur zakat. Di butuhkan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik dalam usaha meningkatkan *muzakki* di lembaga tersebut. Sehingga orang yang sudah diwajibkan untuk berzakat dapat dengan mudah dan dengan senang hati mengeluarkan zakat yang sudah merupakan kewajiban setiap orang yang hartanya sudah sampai batas nisabnya.

Zakat yang merupakan rukun Islam yang ke 4 merupakan kewajiban agama yang diwajibkan atas harta kekayaan seseorang menurut aturan tertentu. Ia merupakan kewajiban kedua setelah Islam. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya zakat, setelah sholat dan Al-Qur'an

sendiri menyandingkannya pada puluhan tempat.

أَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ وَ

Artinya : *"Dan dirikanlah shalat dan bayarkanlah zakat dan ruku'lah kamu beserta orang-orang yang ruku'."(QS. Al-Baqarah: 43).*

Zakat bukan merupakan santunan dan kemurahan hati seseorang kepada orang lain. Melainkan “hak yang diketahui” sebagaimana yang difirmankan oleh Allah SWT (Qordhawi, 2005:341).

Sebagaimana telah di jelaskan zakat itu sangat penting di lakukan oleh masyarakat dan wajib dilaksanakan, sekarang di setiap Kota ada sebuah Lembaga yang dinamakan Rumah Zakat. Lembaga ini didirikan sebagai bentuk keprihatinan para pendiri terhadap kondisi umat Islam yang terpuruk kedalam kemiskinan dan kebodohan.

Peran komunikasi interpersonal ini harus mampu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berzakat sehingga jumlah muzakki di Pekanbaru ini dapat terus meningkat, sehingga kesejahteraan dalam berbagai bidang dapat merata.

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسَاكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا
وَالْمَوْلَاةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ

السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Artinya : *Sesungguhnya zakat-zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para pengurus zakat, paramu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah; dan Allah maha mengetahui lagi maha bijaksana.(QS. Al-Taubah: 60).*

Keterangan yang saya dapatkan dari Brand Managernya Rumah Zakat Pekanbaru (Resty Hartanti SE), beliau mengatakan awal mula Rumah Zakat Pekanbaru ini berdiri dimulai dari komunikasi yang dilakukan oleh pendiri Rumah Zakat (Ust Abu Syauqi) kepada salah satu tokoh di Riau yang kemudian beliau bersedia meminjamkan fasilitas-fasilitas yang diperlukan Rumah Zakat salah satunya kantor. Dan komunikasi Interpersonal memang menjadi salah satu strategi Rumah Zakat untuk menambah jumlah muzakki-muzakki berikutnya, sehingga Rumah Zakat Pekanbaru menjadi salah satu Lembaga Amil Zakat yang terkemuka di Pekanbaru. Saya melihat sudah banyak kontribusi-kontribusi yang dilakukan Rumah Zakat Pekanbaru. Sampai sekarang sudah memiliki sekolah-sekolah gratis, layanan-layanan kesehatan gratis, ambulance, persalinan dan program-program lainnya. Artinya dari gambaran program-program dan fasilitas-fasilitas Rumah Zakat yang ada ini memperlihatkan jumlah muzakki yang terus meningkat. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut melalui sebuah karya ilmiah yang mengangkat judul tentang **“PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONALKARYAWAN TERHADAP PENAMBAHAN JUMLAH MUZAKKI DI RUMAH ZAKAT PEKANBARU”**

B. Alasan Pemilihan Judul

Penelitian tentang peran komunikasi interpersonal karyawan terhadap peningkatan muzakki di RUMAH ZAKAT ini didasari atas beberapa alasan yaitu

1. Komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dapat meningkatkan jumlah *muzakki* Rumah Zakat Pekanbaru.
2. Kajian tentang peran komunikasi interpersonal dalam meningkatkan jumlah muzakki ini merupakan salah satu cara untuk memberikan gambaran kepada pihak Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat tentang bentuk komunikasi yang dijalankan terhadap *muzakki* dengan menggunakan pendekatan komunikasi interpersonal.
3. Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat Pekanbaru merupakan salah satu lembaga pengumpul dan penyalur zakat yang telah banyak berjasa dalam meningkatkan jumlah orang – orang yang berzakat (*muzakki*) di Pekanbaru ini.

C. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah penelitian ini sehingga tidak terjadi kesalahan dalam kerangka teoritis dan konsep operasional, maka penulis

menjelaskan beberapa penggunaan istilah yang digunakan dalam tulisan ini, di antaranya :

1. Peran

Peran menurut Kamus Besar Indonesia (2007:854), salah satu pengertian peran adalah perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat.

2. Komunikasi Interpersonal

Menurut Widjaja (2000: 12) Komunikasi interpersonal disebut juga dengan komunikasi antar pribadi, dalam bahasa Inggris disebut dengan *Interpersonal Communications* yaitu proses pengiriman dan penerimaan pesan diantara dua orang atau sekelompok kecil orang dengan berbagai efek dan umpan balik.

Effendi (1986) mengemukakan bahwa, pada hakikatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar seorang komunikator dengan seorang komunikan. Jenis komunikasi tersebut dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku manusia berhubung prosesnya yang dialogis (Liliweri,1997:12).

3. Karyawan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2001:511), yang dimaksud dengan karyawan adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dst) dengan mendapat gaji (upah).

4. Muzakki

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2001:769), Muzakki adalah orang yang wajib membayar zakat.

Menurut Ensiklopedi Ijma (2006), *muzakki* adalah orang yang wajib membayar zakat. Ciri – ciri muzakki adalah :

- a). Muslim
- b). Merdeka
- c). Baligh
- d). Berakal sehat
- f). Memiliki nisab dengan pemilihan yang sempurna.

D. Permasalahan

Masalah yang perlu dikaji dan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran komunikasi interpersonal karyawan dan terhadap peningkatan *muzakki* di Rumah Zakat Pekanbaru.

2. Faktor-faktor yang menyebabkan peran komunikasi interpersonal karyawan terhadap *muzakki* di Rumah Zakat ini dapat terus meningkat

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi interpersonal karyawan terhadap peningkatan *muzakki* di Rumah Zakat Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menunjang peran komunikasi interpersonal terhadap peningkatan *muzakki* di Rumah Zakat Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi lembaga pengumpul zakat, khususnya bagi Rumah Zakat Pekanbaru dalam menentukan bentuk komunikasi yang digunakan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.
- b. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pikiran kita tentang komunikasi interpersonal, terutama tentang perannya terhadap peningkatan *muzakki*.
- c. Secara akademis, penelitian ini sangat berguna untuk menambah wawasan dalam menerapkan dan

mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Public Relations yang di dapat selama di bangku kuliah. Sekaligus sebagai penyelesaian tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana di jurusan Ilmu Komunikasi.

F. Kerangka Teoritis

1. Komunikasi Interpersonal

a. Peranan komunikasi interpersonal

Peranan berasal dari kata peran, berarti sesuatu yang, menjadi bagian atau memegang pimpinan yang terutama. Peranan menurut levisinson dalam soekanto (1982:283), adalah suatu konsep perihal apa yang didapat dilakukan individu yang penting bagi srtuktur sosial atau dalam arti kata peranan merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan sosial. Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia (2001:854) peranan adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu peristiwa.

Seperti halnya pemimpin memerlukan informasi untuk mengambil keputusan. Pemimpin membutuhkan informasi untuk mengadakan pengawasan, informasi untuk mempengaruhi anggota, meningkatkan motivasi kerja, membujuk. Pada hal pemimpin tidak mungkin mendapat informasi objektif tanpa komunikasi. Peranan seorang pimpinan demikian luas, mulai dari merencanakan apa yang di kerjakan, mengorganisasikan,

menyusun staf, mengarah dan mengawasi seluruh kegiatan organisasi. Peranan itu tidak dapat dilakukan bersama dengan orang jika pemimpin tidak mampu dan tidak bersedia mengkomunikasikan pesan-pesan tentang peranan tersebut kepada pegawainya (Liliweri, 1997:288).

Terdapat tiga faktor dalam komunikasi antar pribadi yang menumbuhkan hubungan interpersonal, yaitu : percaya, sikap sportif dan sikap terbuka (Jalaludin Rakhmat).

Dalam teori ini hubungan interpersonal diibaratkan sebagai panggung sandiwara. Oleh karena itu, individu yang terlibat dalam hubungan interpersonal harus memainkan peranannya sesuai dengan naskah yang dibuat dalam masyarakat. Hubungan interpersonal akan berkembang baik jika setiap orang bertindak/bertingkah laku sesuai dengan peranan yang diharapkan (role expectation) dan tuntutan peranan (role demands), memiliki keterampilan dalam berperan (role skills), dan terhindar dari konflik dan kerancuan peranan. Peranan yang diharapkan mengacu pada kewajiban, tugas, dan hal yang berkaitan dengan posisi tertentu dalam kelompok. Tuntutan peranan merupakan desakan sosial yang memaksa individu untuk memenuhi peranan yang dibebankan kepadanya. Desakan ini dapat berupa sanksi sosial yang diberikan kepada individu yang menyimpang dari peranannya.

b. Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di

antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. (Muhammad, 2005,p.158-159).

Komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh Duck dan Sants pada tahun 1983, yakni *Teori Pandangan Proses*. Pada teori tersebut dijelaskan bahwa kualitas dan keaslian hubungan antar pribadi dapat diramalkan melalui pengetahuan dan keadaan komunikan. Dengan mengetahui kepribadian komunikan dan perkembangan hubungan antar pribadi yang dilakukan, maka kita dapat mengetahui apakah hubungan antar pribadi yang sedang dilakukan itu asli atau semu (Liliweri,1997 : 53).

Ada 8 ciri-ciri komunikasi interpersonal (Liliweri,1997:13) yakni :

1. Spontanitas, terjadi sambil lalu dengan media utama adalah tatap muka.
2. Tidak mempunyai tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu.
3. Terjadi secara kebetulan diantara peserta yang identitasnya kurang jelas.
4. Mengakibatkan dampak yang disengaja dan tidak disengaja.
5. Kerap kali berbalas-balasan.
6. Mempersyaratkan hubungan paling sedikit dua orang dengan hubungan yang bebas dan bervariasi, ada keterpengaruhannya
7. Harus membuahkan hasil.
8. Menggunakan lambang-lambang yang bermakna.

Komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung, dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi pula secara langsung (Hardjana, 2003:85).

Sedangkan menurut Reardon (1987), Effendy (1986), Porter Samovar (1982) dapat ditunjukkan tujuh ciri dari komunikasi antar pribadi (Liliweri, 1997:28) yakni :

1. Melibatkan perilaku melalui pesan verbal dan non verbal
2. Melibatkan pernyataan/ ungkapan yang spontan
3. bersifat dinamis, bukan statis
4. Melibatkan umpan balik pribadi, hubungan interaksi, koherensi (pernyataan pesan yang harus berkaitan)
5. Dipandu oleh tata aturan yang bersifat *intrinsic dan ekstrinsik*
6. Meliputi kegiatan dan tindakan
7. Komunikasi antarpribadi melibatkan persuasi.

Informasi atau pesan supaya dapat disampaikan secara efektif dan mudah diterima, maka perlu dilakukan komunikasi yang efektif pula (Moekjizat, 1993: 21-22), seperti :

1. Kemampuan orang untuk menyampaikan informasi
2. Pilihan dengan seksama apa yang disampaikan oleh komunikator
3. Saluran komunikasi yang jelas dan langsung

4. Media yang memadai untuk menyampaikan pesan
5. Penentuan waktu dan penggunaan media yang tepat
6. Tempat-tempat penyebaran yang memadai apabila diperlukan untuk memudahkan penyampaian pesan asli, tidak dikurangi , tidak di ubah dan dalam arah yang tepat
7. Kemampuan dan kemauan penerima untuk menerima pesan
8. Penerimaan informasi dan penafsiran yang tepat
9. penggunaan informasi yang efektif
10. Pemberitahuan kepada pengirim mengenai hasil tindakan/ respon.

Agar komunikasi interpersonal berjalan lancar dan mendapatkan hasil yang diharapkan, baik penyampaian maupun penerima pesan perlu memiliki kemampuan dan kecakapan komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan kepada pihak lain untuk mendapatkan umpan balik, baik secara langsung (face to face) maupun dengan media. Berdasarkan definisi ini maka terdapat kelompok maya atau faktual (Burgon & Huffner, 2002). Contoh kelompok maya, misalnya komunikasi melalui internet (chatting, face book, email, etc.). Berkembangnya kelompok maya ini karena perkembangan teknologi media komunikasi.

Menurut Cangara (2007:31), secara teoritis komunikasi interpersonal diklasifikasikan menjadi dua macam menurut sifatnya, yakni

komunikasi Diadik (*Dyadic Communications*) dan komunikasi Triadic (*Triadic Communications*).

Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung yang berlangsung antara dua orang dengan tatap muka. Menurut R. Wayne Pace komunikasi diadik dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara. Sedangkan komunikasi triadic adalah komunikasi yang pelakunya terdiri dari tiga orang atau lebih. Apabila dibandingkan dengan komunikasi Triadic maka komunikasi diadik berjalan lebih efektif. Kerena komunikator memusatkan perhatian pada seorang komunikan.

Seperti yang dikemukakan oleh Cassagrande (Liliweri, 1997: 46), bahwasanya manusia berkomunikasi disebabkan karena:

1. Manusia memerlukan orang lain untuk mengisi kekurangan dan membagi kelebihan.
2. Manusia ingin tetap terlibat dalam proses perubahan yang relative tetap.
3. Manusia ingin berintegasi hari ini dan memahami pengalaman masa lalu dan mengantisipasi masa depan.
4. Manusia ingin menciptakan hubungan.

Kompetensi komunikasi interpersonal adalah tingkat dimana perilaku kita dalam berkomunikasi sesuai dan cocok dengan situasi dan membantu kita mencapai tujuan komunikasi interpersonal yang kita lakukan dengan orang lain. Tujuan itu mencakup tujuan personal, pribadi, dan tujuan hubungan dengan orang lain yang berkomunikasi dengan kita (Hardjana, 2003 : 90).

Menurut Elhaitammy (1990:39), yang dimaksud dengan *Service of Excellent* atau pelayanan prima adalah merupakan suatu sikap atau tata cara pihak *Customer Service* (pelayanan pelanggan) dapat melayani pelanggan secara memuaskan. Untuk mencapai tingkat pelayanan prima, maka pihak *Customer Service* harus memiliki tingkat keterampilan tertentu, kehandalan, berpenampilan baik dan rapi (*good performance*), bersikap ramah serta mampu berkomunikasi dan menciptakan hubungan pelanggan yang baik (*good relations*).

Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1985 : 41-50), dalam buku "*A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future Research*", "terdapat 10 faktor yang menentukan kualitas layanan jasa (Ruslan, 2006: 279), yaitu sebagai berikut :

1. Reability

Yakni keandalan, mencakup kinerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya (dependability), serta dapat memenuhi janji yang ditawarkan dalam memberi pelayanan.

2. Responsiveness

Kesigapan dalam merespon dan memberikan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

3. Competense

Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik tentang produk jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

4. Acces

Kemudahan untuk menghubungi dan dijumpai, seperti lokasi, fasilitas dan informasi produk layanan jasa yang dibutuhkan oleh para pelanggan.

5. Courtesy

Memiliki sikap santun, respek, perhatian, dan keramahandari pihak pemberi jasa layanan dalam kontak personal, melalui operator telpon, *receptionis*, *cutomer service*, dan *costumer relations*.

6. Communications

Media komunikasi yang digunakan selain dapat memudahkan penyampaian pesan-pesan, informasi, dan mudah dipahami, serta penuh perhatian untuk mendengar.

7. Credibility

Kepercayaan yang dibangun berawal dari sifat jujur, dan dapat diterima, biasanya mencakup citra, nama, dan reputasi yang baik dari pihak organisasi/lembaga dalam berinteraksi dengan pelanggan atau masyarakat.

8. Security

Menciptakan rasa aman dan nyaman dari suatu resiko dan keraguan, yakni keamanan secara fisik, keuangan dan kerahasiaan terjamin.

9. Understanding of Knowing the Costumer

Berupaya memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggan.

10. Tangibles

Wujud fisik yang ditampilkan seperti sosok gedung, ruangan, fasilitas dan sarana parkir serta peralatan penunjang lainnya untuk memberikan pelayanan jasa yang memadai, aman dan nyaman.

Menurut Widjaja (2000:100), hambatan dalam komunikasi interpersonal ada yang berasal dari pengirim (komunikator), dan ada yang dari penerima (komunikan), antara lain:

1. Perbedaan status, pengetahuan dan bahasa
2. Perbedaan persepsi
3. Perbedaan harapan
4. Prasangka buruk
5. Tidak ada kepercayaan
6. Distorsi (kesalahan informasi).

Kompetensi komunikasi interpersonal adalah tingkat dimana perilaku kita dalam komunikasi interpersonal sesuai dan cocok dengan situasi dan membantu kita mencapai tujuan komunikasi interpersonal yang kita lakukan dengan orang lain. Tujuan itu mencakup tujuan personal, pribadi, dan tujuan relasional-hubungan dengan orang lain yang berkomunikasi dengan kita (Hardjana,2003:90).

G. Konsep Operasional

Untuk lebih memudahkan penelitian ini, perlu dikemukakan konsep operasionalnya agar penelitian ini lebih terarah. Peran yang penulis maksud disini adalah "tingkat keberhasilan Rumah Zakat dalam meningkatkan *Muzakki* di Pekanbaru melalui bentuk komunikasi

interpersonal". Menurut Willaim F. Gleuk mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah suatu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih didalam suatu kelompok kecil manusia. Sejalan dengan defenisi tersebut, Yoseph A. Devito juga mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal adalah pengiriman pesan dari seseorang (komunikator) dan diterima oleh orang lain (komunikan) dengan efek dan umpan balik yang langsung karena sifatnya dialogis (Devito, 1997 : 26).

Melalui kerangka teoritis yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka dapat dibuat suatu rumusan konsep operasional yang akan dijadikan tolak ukur dalam melakukan penelitian. Adapun indikator – indikator yang menentukan peran komunikasi interpersonal terhadap peningkatan muzakki adalah sebagai berikut :

1. Peran komunikasi interpersonal, dimana komunikasi terjadi secara langsung adan tatap muka , sehingga respon tersebut langsung langsung dapat di terima oleh komunikan (*muzakki*).
2. Pengumpul zakat berkomunikasi secara personal dalam menjalankan tugasnya secara profesional.
3. Adanya komunikasi yang menyenangkan antara pengumpul zakat dengan para *muzakki*.
4. Dengan melakukan komunikasi interpersonal, maka akan tercipta hubungan harmonis secara pribadi (*relationship*

interpersonal), antara lembaga pengumpul zakat dengan para *muzakki*.

H. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Rumah Zakat Pekanbaru. Jl.

Tuanku Tambusai No.34D

2. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini Karyawan Rumah Zakat Pekanbaru dan Yang menjadi objeknya adalah Peran komunikasi interpersonal karyawan terhadap peningkatan jumlah *muzakki* di Rumah Zakat Pekanbaru.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Yaitu data-data yang diperoleh secara langsung melalui para pengurus/karyawan Rumah Zakat Pekanbaru.

b. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah literature – literature yang digunakan sebagai data pendukung.

4. Populasi

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan muzakki Rumah Zakat Pekanbaru dan yang menjadi sampel yaitu: 1 orang manager Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat dan 3 orang karyawan serta 3 orang *muzakki* (pemberi zakat).

5. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara

Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian. Wawancara dilakukan kepada seorang manager, karyawan serta *muzakki* di Rumah Zakat Pekanbaru.

b. Dokumen

Untuk memberi landasan teoritis sebadai referensi pendukung penelitian ini, melalui bacaan seperti : literature, hasil penelitian, buku-buku karangan ilmiah, dan dokumen – dokumen lain yang sesuai dengan kajian penelitian, terutama dokumen – dokumen yang dimiliki Rumah Zakat.

c. Observasi

Observasi penelitian adalah pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara mengadakan pengamatan dan penelitian secara langsung dilapangan untuk memperoleh data subjektif yang berkaitan dengan kajian penelitian yang diteliti. Tekhnik observasi

ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang apakah komunikasi interpersonal karyawan benar – benar berperan terhadap peningkatan muzakki di Rumah Zakat Pekanbaru.

6 Tehnik Analisis Data

Analisa data disini adalah menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggunakan kalimat – kalimat yang sesuai dengan teori – teori yang terdapat pada penyajian data.

I. Sistematika Penulisan

Bentuk sistematika penulisan hasil penelitian ini disusun dalam lima bab dengan bentuk sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Alasan Pemilihan Judul
- C. Penegasan Istilah
- D. Permasalahan
- E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian
- F. Metodologi Penelitian
- G. Kerangka Teoritis dan Konsep

H. Konsep Operasional

I. Sistematika Penulisan

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Umum Rumah Zakat

B. Visi dan Misi Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat

C. Program Rumah Zakat

D. Wilayah Penyaluran

E. Struktur Organisasi Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat

BAB III : PENYAJIAN DATA

BAB IV : ANALISA DATA

BAB V : PENUTUP