

## **Komunikasi Organisasi Dakwah Dalam Penguatan Rohani Santri Karya LAZ Daarut Tauhiid (DT) Peduli**

Neng Ayu Saadah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
(nengaysa2405@gmail.com)

### **Abstract**

Amil zakat is the key in effective zakat management in an amil zakat institution. So that it can optimize zakat management evenly as the vision and mission of the Daarut Tauhiid (DT) Peduli institution has. So that professional amil zakat will contribute actively in advancing and improving the welfare of the community. It is not easy and requires good organizational communication and an effective way of providing spiritual strengthening to employees or an amil zakat to become a trustworthy, professional and honest figure who can successfully achieve the common goals of an amil zakat institution. This study uses a qualitative research method, namely the ethnographic method. This method has theoretical assumptions containing communication activities in a group of people. Good organizational communication will produce a perfect organization or institution. Of course it must have certain strategies. Researchers can find answers in the communication of da'wah organizations in strengthening the spirituality of working students, namely the existence of routine studies every Thursday and Friday, upgrading by zakat amil experts and conducting training and education for all santri works.

*Keywords: Amil Zakat, Communication of Da'wah Organizations*

### **Abstrak**

Amil zakat merupakan kunci dalam pengelolaan zakat yang efektif di sebuah lembaga amil zakat. Sehingga dapat mengoptimalkan pengelolaan zakat secara merata sebagaimana visi-misi lembaga Daarut Tauhiid (DT) Peduli miliki. Sehingga amil zakat yang profesional akan turut berkontribusi aktif dalam memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tidaklah mudah dan diperlukan komunikasi organisasi yang baik dan cara yang efektif dalam memberikan penguatan rohani kepada pegawainya atau seorang amil zakat agar menjadi sosok yang amanah, profesional dan jujur yang dapat berhasil mencapai tujuan bersama sebuah lembaga amil zakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yakni metode etnografi. Metode ini memiliki asumsi teoritik berisi aktivitas komunikasi pada kumpulan orang. Komunikasi organisasi yang baik akan menghasilkan sebuah organisasi atau lembaga yang sempurna. Tentu harus memiliki strategi-strategi tertentu. Dapat peneliti temukan jawaban dalam komunikasi organisasi dakwah dalam penguatan rohani santri karya yaitu adanya kajian rutin setiap Kamis dan Jumat, uprading oleh para pakar amil zakat, memahami budaya lembaga dan melakukan diklatsar seluruh santri karya.

*Kata Kunci: Amil Zakat, Komunikasi Organisasi Dakwah*

## A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara yang penduduknya mayoritas Muslim. Dalam agama islam, miliki rukun islam, diantaranya: Syahadat, Sholat, Puasa, Zakat dan Naik Haji (Bila Mampu). Zakat merupakan rukun islam yang ke-empat. Berarti suatu ibadah yang wajib dilakukan ummat yang diberikan oleh Allah rezeki yang berlebih sebagai bentuk mensucikan harta tersebut.<sup>1</sup> Sebagaimana tercantum dalam hadist yang diriwayatkan oleh Shahih Muslim.<sup>2</sup>

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ، عَنْ مُعَاذِ بْنِ جَبَلٍ، قَالَ أَبُو بَكْرٍ: رُبَّمَا قَالَ وَكَيْعٌ: عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ، أَنَّ مُعَاذًا، قَالَ: بَعَثَنِي رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: «إِنَّكَ تَأْتِي قَوْمًا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ، فَادْعُهُمْ إِلَى شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّي رَسُولُ اللَّهِ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ، فَأَعْلِمُهُمْ أَنَّ اللَّهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي كُلِّ يَوْمٍ... وَلَيْلَةٍ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ، فَأَعْلَمُ...

*Ibnu Abbas, dari Mu'adz bin Jabal. Abu Bakr berkata, 'Barang kali Waki' berkata dari Ibnu Abbas bahwa Mu'adz berkata, Rasulullah saw. telah mengutusku seraya bersabda, "Sesungguhnya kamu akan mendatangi suatu kaum dari Ahli Kitab, maka ajaklah mereka untuk bersaksi bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan aku adalah utusan Allah. Jika mereka menaati hal tersebut, beritahukanlah kepada mereka bahwa Allah telah mewajibkan kepada mereka shalat lima waktu pada setiap siang dan malam. Jika mereka menaati hal tersebut, maka beritahukanlah kepada mereka bahwa Allah telah mewajibkan kepada mereka sedekah yang diambil dari orang kaya mereka lalu dibagikan kepada orang-orang fakir di antara mereka. (HR. Bukhari Muslim).*

Pada realita di lapangan masih banyak masyarakat yang belum memahami secara detail tentang perhitungan, cara, dan ketentuan dalam membayar zakat. Sebagaimana peran lembaga amil zakat di pertegas pada pasal 1 poin 1 Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 menyebutkan bahwa pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengumpulan dan

<sup>1</sup> M Nurzansyah, "Zakat Rukun Islam Yang Sering Dilupakan," *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, n.d., 103–17.

<sup>2</sup> Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Shahih Muslim* (Jakarta: Pusaka As-sunnah, 2010).

pendistribusian serta perdayagunaan zakat.<sup>3</sup> Disinilah peran seorang amil sangat diperlukan keprofesionalitasnya dalam sebuah lembaga amil zakat yang memiliki kemampuan yang mumpuni atau kompeten.<sup>4</sup>

Penguatan seorang amil zakat penting dilakukan agar menjadi amil yang amanah, terpercaya, professional, dan akuntabel. Untuk mencapai ini, diperlukan SDM-SDM zakat yang memiliki pemahaman Tauhid yang baik, Akhlakul Karimah, Pengetahuan tentang fiqh zakat, dan manajemennya secara baik.<sup>5</sup> Manusia sebagai makhluk sosial pasti melakukan komunikasi secara verbal atau non verbal. Seperti yang telah kita sadari bahwa komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat terhubung satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi menjadi faktor keberhasilan dalam sinteraksi, baik dalam lingkungan formal dalam organisasi atau lembaga amil zakat maupun tataran interaksi pada organisasi yang bersifat umum.<sup>6</sup>

Komunikasi adalah sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan, atau pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang didalamnya guna mencapai kesamaan makna, kesamaan visi misi, kesamaan tujuan, hingga mampu mencapai tujuan dengan maksimal. Tindak komunikasi tersebut dilakukan dalam ragam konteks, antara lain lingkup organisasi atau lembaga. Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan tentang pentingnya komunikasi dalam organisasi dalam mengambil keputusan dalam setiap permasalahan yang bisa dilakukab melalui musyawarah, sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Asy-Syuura/42:38 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ ٣

*Artinya:*

*Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan Shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan*

---

<sup>3</sup> Ramadhita, "Optimalisasi Peran Lembaga Amil Zakat Dalam Kehidupan Sosial," *Jurisdictie, Jurnal Hukum Dan Syariah* 3 (2012).

<sup>4</sup> Al-Tijary Jurnal et al., "Manajemen Amil Profesional Di Lembaga Amil Zakat Dana Peduli Ummat Kalimantan Timur," *Al-Tijary* 6, no. 1 (2020): 63–77, <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/altijary/article/view/2674>.

<sup>5</sup> Siti Nurhasanah Yahya, "Akuntabilitas Laporan Keuangan Lembaga Amil Zakat Dalam Memaksimalkan Potensi Zakat," *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* 11 (2018), doi:10.15408/akt.v11i2.8826.

<sup>6</sup> Wijaya Ida Suryani, "Dinamika Komunikasi Organisasi Di Perguruan Tinggi," *Jurnal Dakwah Tabligh* 14, no. 2 (2013): 203–15, <https://core.ac.uk/reader/234746020>.

*musyawarah antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka.*<sup>7</sup>

Dalam konteks sebuah organisasi atau lembaga memahami mengenai peristiwa komunikasi yang terjadi didalamnya. Seorang pimpinan harus tau keadaan para rekan-rekannya, apa saja yang dibutuhkan, apa saja hambatan yang dirasakan kemudian mencari solusi bersama. Dan para rekan-rekan harus bisa saling memahami antar temannya agar bisa satu visi-misi dalam mencapai tujuan bersama.

Dengan penguasaan komunikasi yang baik dalam sebuah organisasi atau lembaga maka akan terciptakan kekompakan satu sama lain, keberhasilan suatu hal yang akan di capai, dan bisa saling menguatkan satu sama lain. Komunikasi yang efektif apabila individu mencapai pemahaman bersama, merangsang pihak lain melakukan tindakan, dan mendorong orang untuk berfikir dengan cara baru. Melakukan komunikasi organisasi dakwah lembaga amil zakat sangat dibutuhkan untuk para santri karya yang mengikrarkan dirinya untuk berjuang bersama mencapai tujuan. Melaksanakan amanah yang sangat besar dengan masyarakat luas.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode etnografi. Metode ini memiliki asumsi teoritik berisi aktivitas komunikasi pada kumpulan orang, organisasi atau lembaga. Menjadi sangat selaras dengan penelitian yang dilakukan kepada sebuah Lembaga Amil Zakat yaitu LAZ Daarut Tauhiid (DT) Peduli. Lembaga ini memiliki aktivitas dan kegiatan yang mengandung dakwah, mengajak, menyeru, dan menyalurkan dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf kepada yang berhak menerima.

Sehingga di lembaga ini membuat banyak program salah satu programnya ialah Dakwah. Maka tidak hanya berfokus kepada penghimpunan dana dan menyalurkannya. Etnografi membahas berbagai perilaku yang dilakukan seseorang di sebuah kelompok, budaya, organisasi atau lembaga untuk memahami budaya tersebut dilihat dari sudut pandang pelakunya. Metode ini menurut para

---

<sup>7</sup> *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Khazanah Mimbar Plus, 2011).

ahli dapat disebut sebagai penelitian lapangan karena prosesnya terjadi secara alamiah.

Sebagaimana menurut Spradley (1980), Atkinson (1992), Wolcott (1997), etnografi adalah penjelasan mengenai budaya yang bertujuan untuk mempelajari dan memahami mengenai kehidupan individu. Etnografi bisa dikatakan belajar dari seseorang yang menjelaskan secara langsung mulai dari kultur dan subkultur individu tersebut.<sup>8</sup> Sesuai dengan penelitian peneliti untuk meneliti para SDM-SDM-nya dengan komunikasi satu dengan yang lainnya, antara dengan diri sendiri dan rekan-rekannya dalam penguatan rohani, keislaman dan ketauhidan dan dampak pada kehidupan sehari-harinya.

### **C. PEMBAHASAN**

#### ***Komunikasi Organisasi***

Komunikasi organisasi suatu proses komunikasi di dalam organisasi formal maupun informal dalam bentuk komunikasi yang kompleks, komunikasi tersebut dapat menimbulkan pengertian yang sama sehingga dapat mewujudkan tujuan organisasi tersebut. Dengan komunikasi organisasi yang sehat akan menciptakan lingkungan kerja yang baik juga. Hubungan antara atasan dan karyawan saling harmonis serta memiliki energy yang sama ketika bekerja. Begitu besar pengaruh dari komunikasi organisasi yang diciptakan oleh sebuah organisasi atau lembaga.

Komunikasi organisasi dalam perspektif subjektif adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Sedangkan dalam definisi objektif ialah kegiatan penangan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasi.<sup>9</sup> Komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan atau lembaga sangatlah mutlak dan harus ada, karena menjadi faktor penting atas kemajuan sebuah perusahaan, organisasi atau lembaga. Yang mana proses komunikasi organisasi pada dasarnya bagaimana cara berhubungan dengan unsur-unsur

---

<sup>8</sup> Arfi Kharisma et al., "Komunikasi Organisasi Dakwah Himpunan Mahasiswi Persatuan Islam (Himi Persis)," *AdZikra : Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam* 12, no. 1 (2021): 1–11, doi:10.32678/adzikra.v12i1.4809.

<sup>9</sup> Emika Desy, "Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Inti Tractors Samarinda," *E-Journal Ilmu Komunikasi* 4 (2016).

tertentu dalam sebuah perusahaan atau lembaga yang akan menciptakan sebuah budaya.<sup>10</sup>

Dalam buku komunikasi organisasi, para penulis berpendapat bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks.<sup>11</sup> Menurut para pakar terdapat 10 indikator, yaitu:<sup>12</sup>

1. Menginformasikan masalah pekerjaan, menyampaikan secara rinci tentang ketidak sesuaian target yang ingin dicapai sebelumnya dengan kesesuaian yang ada di lapangan
2. Kesalahpahaman dalam berkomunikasi, berani menyampaikan apa yang dipikirkan, ide atau gagasan ke sesama rekan kerja
3. Memahami hambatan komunikasi
4. Memberikan saran kepada pimpinan
5. Menyelesaikan masalah pekerjaan
6. Hubungan kerja dengan atasan dengan baik
7. Menginformasikan ketidakpuasan dalam bekerja
8. Intruksi pimpinan mengenai pekerjaan
9. Menginformasikan kesalahan dalam pekerjaan
10. Menginformasikan Visi, misi dan tujuan lembaga

Organisasi diciptakan melalui komunikasi sebagaimana manusia berinteraksi untuk mencapai tujuan pribadi dan golongan. Proses komunikasi memberikan hasil yang beragam, seperti hubungan otoritas, peranan, jaringan komunikasi dan iklim organisasi. Dalam teori-teori komunikasi organisasi ada beberapa point gagasan, diantaranya:<sup>13</sup>

**a. Organisasi diperoleh oleh komunikasi**

Komunikasi adalah sebuah proses berorganisasi, dan karena komunikasi bersifat dinamis, sebuah organisasi hanya gambaran dari sebuah proses yang

---

<sup>10</sup> Yefi Arif Rachman and Babay Barmawi, "Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan," *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 10, no. 1 (2019): 101, doi:10.24235/orasi.v10i1.5144.

<sup>11</sup> Wayne Pace R and Don F Faules, *Komunikasi Organisasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005).

<sup>12</sup> Ibid,

<sup>13</sup> Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, 9th ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2009).

selalu berkembang. Organisasi juga muncul melalui interaksi antar anggotanya. Teori organisasi melahirkan kebudayaan tersendiri. Setiap sebuah organisasi memiliki perbedaan-perbedaan budaya. seperti di LAZ Darrut Tauhid Peduli yang memiliki budaya dalam memberikan kekuatan antar rekan kerjanya di setiap cabang perwakilan. Memberikan ilmu-ilmu Allah dan penanaman ketauhidan kepada santri karya Darrut Tauhiid Peduli.

**b. Kegiatan organisasi berguna untuk mencapai tujuan individu dan golongan**

Bekerja dalam sebuah organisasi atau lembaga adalah sebuah pengalaman kegiatan yang lebih baik. Dan setiap kita masuk ke dalam organisasi atau lembaga pasti memiliki tujuan. Beberapa tujuannya yakni Pengalaman hidup, menambah pemasukan atau material, relasi pertemanan, dan lain-lain. Maka dari itu setiap organisasi tidak hanya tujuan yang dicapai tentu memiliki tugas atau amanahnya masing-masing untuk menjalankan sebuah tugas dalam organisasi tersebut.

**c. Proses komunikasi menciptakan karakter dan budaya**

Tindakan manusia menciptakan dan mencerminkan budaya yang mendasari organisasi atau lembaga. Pendekatan budaya pada teori organisasi adalah sebuah kemajuan besar dalam teori-teori organisasi. Secara tradisional, manajemen dipandang sebagai sebuah proses yang rasional dalam memanipulasi segala sesuatu demi keuntungan organisasi.

Karakter dan corak organisasi ditentukan oleh budayanya. Budaya memberikan nyawa pada kegiatan sehari-hari, ketika memikirkannya, akan menikmati, atau menyesalkan, keterlibatan kita dalam sebuah organisasi atau lembaga terutama karena rasanya atau kehidupan yang diberikannya.

***Pengertian Dakwah***

Menurut H.M. Arifin, Dakwah adalah suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai message yang

disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.<sup>14</sup>

Organisasi dakwah sudah tentu segala gerak organisasinya dan kegiatan sosial keagamaannya berazaskan islam. Tujuan organisasi sedikit banyaknya menyinggung kewajiba, ukhuwah islamiyah, nilai ketauhidan, Akhlaqul karimah, haq dan Kewajiban, dan lain-lain.<sup>15</sup>

### ***Penguatan Rohani Santri Karya LAZ Daarut Tauhiid (DT) Peduli***

Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhiid Peduli merupakan lembaga nirbala yang bergerak di bidang pengolaan dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Hasil penghimpunan dana ZISWAF tersebut digulirkan kepada penerima manfaat dalam bentuk program pelayanan dan pembedayaan dalam bidang, dakwah, ekonomi, pendidikan, kesehatan dan sosial kemanusiaan. LAZ Daarut Tauhiid (DT) Peduli di dirikan oleh KH. Abdullah Gymnastiar pada tanggal 16 Juni 1999 sebagai bagian dari Yayasan Daarut Tauhiid dan bertekad untuk menjadi model Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang amanah, professional, akuntabel dan terkemuka dengan daerah operasi yang merata.<sup>16</sup>

LAZ Daarut Tauhiid (DT) peduli berkomitmen akan terus mencetak sumber daya manusianya yang berkualitas. Kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan bagian penting dari kecermelangan suatu bangsa dan kemajuan sebuah lembaga yang telah dibangun. Untuk merawat hal tersebut Daarut Tauhiid (DT) Peduli jaga komitmennya dalam meningkatkan kualitas SDM melalui pendidikan yang unggul.<sup>17</sup> Santri Karya merupakan sebutan spesial untuk para pegawai amil di Daarut Tauhiid (DT) Peduli, karena pegawai amil tidak hanya bekerja tetapi belajar ilmu agama dan mengimplementasikannya yang diajarkan gurunda KH. Abdullah Gymnastiar.

Penguatan rohani santri karya yang dilakukan oleh suatu lembaga amil zakat (LAZ) Daarut Tauhiid (DT) Peduli, diantaranya:

1. Mengadakan Kajian rutin setiap Kamis Sore dan Jumat Pagi untuk Santri Karya. Dalam pelaksanaannya melalui zoom meeting untuk seluruh santri

---

<sup>14</sup> H M. Arifin, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Bumi Aksara, 1994).

<sup>15</sup> Maslina Daulay, "Peran Organisasi Dakwah Dalam Pelaksanaan Bimbingan Dan Penyuluhan," *Hikmah* VII, no. 1 (2014): 98–106.

<sup>16</sup> "Profil Lembaga," n.d., <https://dtpeduli.org/profil-lembaga>.

<sup>17</sup> Ibid,

karya cabang perwakilan. Agenda tersebut akan dihadiri dan diisi dakwah oleh Gurunda KH. Abdullah Gymnastiar. Beliau menggunakan retorika dakwah yang lemah lembut dan tegas, sehingga mudah dicerna oleh para santri karya. Tidak hanya itu, beliau juga senantiasa memberikan pertanyaan terkait kesimpulan isi dakwahnya sebagai bentuk tes apakah santri menyimak dengan baik atau tidak. Dakwah ini dilakukan dengan menggunakan komunikasi massa. Yang mana diperkuat oleh salah satu jurnal menuliskan, komunikasi massa bisa didefinisikan tiga ciri yaitu komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relative besar, heterogen, dan anonym, pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan, dan komunikator cenderung berada beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks.<sup>18</sup>

## 2. Upgrading Teamwork

Kegiatan ini dilakukan tergantung momentum. Jika ada alumni seorang amil yang sudah bekerja selama bertahun-tahun, beliau udah dipercayai ahli dalam bidang tersebut karena memiliki pengalaman yang banyak dan luar biasa ketika menjadi seorang amil. Biasanya para coach diundang oleh pimpinan setiap cabang untuk datang ke cabang-cabang perwakilan LAZ Daarut Tauhiid (DT) Peduli. Terkadang pula, upgrading ini dipimpin oleh general Manager cabang tersebut, untuk memberikan kekuatan secara interpersonal kepada rekan-rekan santri karya. Disinilah komunikasi heart to heart antara pimpinan dan anggotanya saling menyatu. Mendengarkan pendapat, keluh kesah, hambatan, untuk diberikan sebuah motivasi dan memberi jalan keluar dari setiap perjalanan. Sebagaimana dikatakan bahwa terkadang iman kita suka naik dan turun, maka wajib hukumnya untuk senantiasa mencharger iman tersebut dengan ilmu-ilmu Allah yang pernah disampaikan oleh para Guru.

## 3. Memahami Urgensi Budaya Daarut Tauhiid (DT) Peduli

LAZ Daarut tauhiid Peduli memiliki beragam budaya yang diciptakan. Khusus untuk santri karyanya. ada istilah Karakter Baku yaitu karakter Baik dan kuat. Karakter baik terdiri dari Ikhlas, Jujur dan Tawadhu, sedangkan karakter kuat ialah Berani, Disiplin dan Tangguh. Disini menyadarkan para santri karya

---

<sup>18</sup> Nurhalima Tambunan, "Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (2018): 24, doi:10.31289/simbollika.v4i1.1475.

Daarut Tauhid harus belajar dan memperbaiki diri, berusaha menjadi pribadi yang lebih baik seperti karakter baik dan karakter kuat. Kemudian, ada Budaya tangguh yaitu 5 pantang, ini menjadi dasar seorang santri karya untuk menghindari hal ini, pantang sia-sia, pantang mengeluh, pantang menjadi beban, pantang berkhianat dan pantang kotor hati. Dan ada konsep perubahan yakni 3 M, mulai dari diri sendiri, mulai dari hal-hal yang kecil dan mulai saat ini. Inilah tiga hal garis besar budaya lembaga Daarut tauhiid Peduli dalam mendidik para santri karyanya. menjadi sebuah pedoman untuk memotivasi diri sendiri, memberikan kekuatan rohani para santri karya dalam menjalankan sebuah amanah di lembaga amil zakat. Secara tidak langsung ini merupakan cara komunikasi yang efektif untuk para santri karya. Sebagaimana realitanya santri karya butuh sebuah motivasi yang senantiasa memberikan pengingat untuk menjadi sosok pribadi yang senantiasa memperbaiki diri.

#### 4. Diklatsar Santri Karya DT Peduli

Program ini sudah ada sejak lama, salah satu cara untuk memberikan penguatan rohani kepada santri karya, tidak hanya penguatan rohaninya saja tetapi penguatan mental fisik maupun batin. Agenda ini biasanya dilakukan bergantian, yang jelas setiap santri karya di perwakilan manapun harus mengikuti agenda diklat. Setiap tahunnya dua orang santri karya akan dikirim ke Bandung untuk mengikuti diklatsar. Meninggalkan keluarga dirumah selama beberapa hari. Kegiatan ini tentu memberikan banyak kebermanfaatan. Inilah kenapa LAZ Daarut Tauhid semakin kuat. Tidak hanya perkara dunia tapi focus utamanya adalah mencari ridho Allah SWT dengan Ikhtiar, Dzikir dan Fikir. Sebagaimana penjelasan diatas bukanlah semata-mata asumsi penulis, tetapi benar adanya tanggapan dari hasil wawancara para santri karya.

#### **D. PENUTUP**

Sebuah lembaga tidak akan berhasil jika didalamnya tidak terjalin komunikasi dengan baik antar sesama anggotanya. begitu pentingnya peran pemahaman komunikasi sebuah organisasi dakwah agar menciptakan sebuah tujuan bersama dan dicapai bersama. Banyak macam cara komunikasi organisasi dakwah yang dilakukan dalam sebuah lembaga. Lembaga amil zakat (LAZ) Daarut Tauhid (DT) Peduli merupakan lembaga yang legal dan diakui, memiliki ciri khas yang berbeda dari yang lainnya. Penguatan rohani yang dilakukan untuk para amilnya dengan cara seperti mengikuti kajian rutin kamis dan jumat, uprading teamwork, memahami konsep budaya lembaga, dan mengikuti kegiatan diklatsar. Semua kegiatan tersebut menjadi sebuah ikhtiar untuk memberikan penguatan rohaniah para amil. Tak hanya rohaninya saja tetapi kekuatan mental agar maksimal ketika berkarya. Mampu menjadi LAZNAS yang menjadi contoh baik yang lainnya, teramanah, dan terprofesional, dan lain-lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Khazanah Mimbar Plus, 2011.
- Daulay, Maslina. "Peran Organisasi Dakwah Dalam Pelaksanaan Bimbingan Dan Penyuluhan ." *Hikmah* VII, no. 1 (2014): 98–106.
- Desy, Emika. "Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Inti Tractors Samarinda." *E-Journal Ilmu Komunikasi* 4 (2016).
- Fuad Abdul Baqi, Muhammad. *Shahih Muslim*. Jakarta: Pusaka As-sunnah, 2010.
- Ida Suryani, Wijaya. "Dinamika Komunikasi Organisasi Di Perguruan Tinggi." *Jurnal Dakwah Tabligh* 14, no. 2 (2013): 203–15. <https://core.ac.uk/reader/234746020>.
- Jurnal, Al-Tijary, Ekonomi Dan, Bisnis Islam, and Akhmad Nur Zaroni. "Manajemen Amil Profesional Di Lembaga Amil Zakat Dana Peduli Ummat Kalimantan Timur." *Al-Tijary* 6, no. 1 (2020): 63–77. <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/altijary/article/view/2674>.
- Kharisma, Arfi, Hakim Mahasiswa, Pascasarjana Uin, Sunan Gunung, and Djati Coresponding. "Komunikasi Organisasi Dakwah Himpunan Mahasiswi Persatuan Islam (Himi Persis)." *AdZikra : Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam* 12, no. 1 (2021): 1–11. doi:10.32678/adzikra.v12i1.4809.
- M. Arifin, H. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Bumi Aksara, 1994.
- Nurhasanah Yahya, Siti. "Akuntabilitas Laporan Keuangan Lembaga Amil Zakat Dalam Memaksimalkan Potensi Zakat." *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* 11 (2018). doi:10.15408/akt.v11i2.8826.
- Nurzansyah, M. "Zakat Rukun Islam Yang Sering Dilupakan." *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, n.d., 103–17.
- Pace R, Wayne, and Don F Faules. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- "Profil Lembaga," n.d. <https://dtpeduli.org/profil-lembaga>.
- Rachman, Yefi Arif, and Babay Barmawi. "Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan." *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 10, no. 1 (2019): 101. doi:10.24235/orasi.v10i1.5144.
- Ramadhita. "Optimalisasi Peran Lembaga Amil Zakat Dalam Kehidupan Sosial." *Jurisdictie, Jurnal Hukum Dan Syariah* 3 (2012).

Tambunan, Nurhalima. "Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens." *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (2018): 24. doi:10.31289/simbollika.v4i1.1475.

W. Littlejohn, Stephen, and Karen A. Foss. *Teori Komunikasi*. 9th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.