

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMINIMALISIR  
PROBLEMATIKA TANAH WAKAF MASJID DI KANTOR URUSAN  
AGAMA KECAMATAN MAIWA KABUPATEN ENREKANG



Tesis Diajukan untuk Memenuhi Salah satu Syarat Memperoleh  
Gelar Magister Sosial ( M.Sos ) Pada  
Pascasarjana IAIN Parepare

**TESIS**

*Oleh:*

**FIRMAN**

NIM: 2320203870133010

PASCASARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE

TAHUN 2025

**PERNYATAAN KEASLIAN TESIS**

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firman  
NIM : 2320203870133010  
Tempat/Tanggal Lahir : Pattingalloang, 04 Juni 1997  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Tesis : Efektivitas Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang

Menyatakan sebenarnya bahwa dengan penuh kesadaran, tesis ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara etika akademik dikutip dalam naskah ini dengan menyertakannya sebagai sumber referensi yang dibenarkan. Bukti hasil cek keaslian naskah tesis ini terlampir.

Apabila dalam naskah tesis ini terbukti memenuhi unsur plagiarisme, maka gelar akademik yang saya peroleh batal demi hukum.

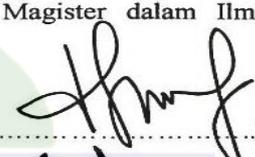
Parepare, 23 Juli 2025  
Yang Menyatakan,-



Firman  
NIM. 2320203870133010

### PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Penguji penulisan Tesis Saudara Firman, NIM: 2320203870133010, mahasiswa Pascasarjana IAIN Parepare, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Tesis yang bersangkutan dengan judul: Efektivitas Komunikasi Persuasif dalam Meminimalisir Problematika Tanah wakaf Masjid di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang, Memandang bahwa Tesis tersebut memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Ketua : Dr. Nurhikmah, M.Sos.I. (.....)

Sekretaris : Dr. Aris, M.HI. (.....)

Penguji I : Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. (.....)

Penguji II : Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (.....)

Parepare, 23 Juli 2025

Diketahui oleh

  
Direktur Pascasarjana  
IAIN Parepare

Dr. H. Islamul Haq, Lc., M.A.  
NIP. 19840312 201503 1 004

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ  
أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah swt. atas nikmat berkah, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyusun Tesis ini sebagaimana yang ada di hadapan pembaca. Salam dan salawat atas Rasulullah saw., sebagai suri tauladan terbaik bagi ummat manusia dalam melakoni hidup yang lebih sempurna, dan menjadi *reference* spiritualitas dalam mengemban misi *khilafah* di alam persada.

Penulis menyadari dengan segala keterbatasan dan akses penulis, naskah Tesis ini dapat terselesaikan pada waktunya, dengan bantuan secara ikhlas dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, diucapkan terima kasih tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta yakni ayahanda Muh. Yunus dan ibunda Hame, serta seluruh keluarga yang telah kebersamai, mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis, hingga sampai saat ini. Dan tak lupa pula mengucapkan syukur dan terima kasih yang mendalam patut disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag., sebagai Rektor IAIN Parepare, Dr. H. Saepudin, S.Ag., M.Pd., Dr. Firman, M.Pd., dan Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I., M.H.I., masing-masing sebagai Wakil Rektor dalam lingkup IAIN Parepare, yang telah memberi kesempatan menempuh studi Program Magister pada Pascasarjana IAIN Parepare.
2. Dr. H. Islamul Haq, Lc., MA. selaku direktur Pascasarjana IAIN Parepare yang telah memberi layanan akademik kepada penulis dalam proses dan penyelesaian studi.

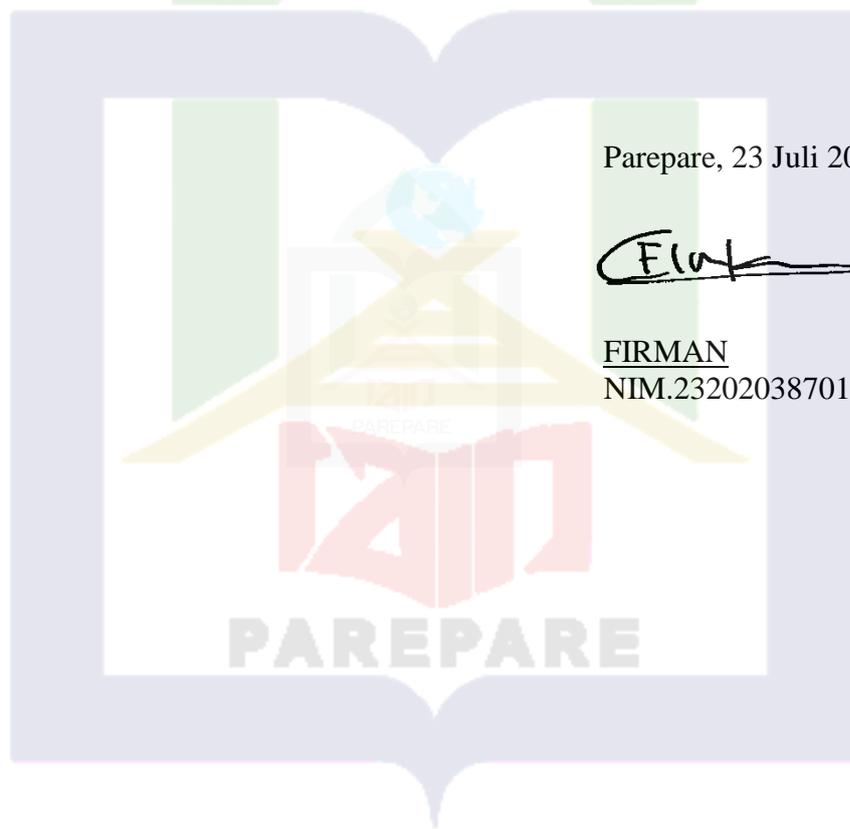
3. Dr. Nurhikmah, M.Sos.I dan Dr. Aris, M.HI., masing-masing sebagai pembimbing I dan II, dengan tulus membimbing, mencerahkan dan mengarahkan penulis dalam melakukan proses penelitian hingga dapat rampung dalam bentuk naskah Tesis ini.
4. Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. dan Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I., selaku dewan penguji yang senantiasa memberikan arahan dalam menyelesaikan dan mensistematiskan tulisan ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Pascasarjana IAIN Parepare, yang telah memberikan ilmu baik selama masa perkuliahan hingga proses akhir penyelesaian studi.
6. Seluruh staf akademik Pascasarjana IAIN Parepare, yang telah banyak membantu dalam memberikan informasi dan pelayanan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan hingga tahap akhir penyelesaian tesis ini.
7. Pimpinan dan pustakawan IAIN Parepare yang telah memberikan layanan prima dalam pencarian referensi dan bahan bacaan yang berkaitan dengan penelitian tesis.
8. Kepala Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa dan Penyuluh Agama Islam, dan seluruh pegawai KUA Kecamatan Maiwa, yang turut membantu memberikan data kepada peneliti.
9. Kepada keluarga besar penulis, orang tua, istri tercinta, anak dengan segenap do'a dan dukungan dalam proses penyelesaian studi ini.
10. Kepada seluruh dosen, teman, saudara dan seperjuangan penulis yang tidak sempat disebut namanya satu persatu yang memiliki kontribusi besar dalam penyelesaian studi penulis.

Akhir kata, dengan penuh rasa syukur, penulis berharap segala bantuan, dukungan, dan kontribusi dari berbagai pihak dapat menjadi amal kebajikan yang mendapat balasan setimpal dari Allah swt. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dan belum sepenuhnya memenuhi harapan semua pihak. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang, agar karya ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Parepare, 23 Juli 2025



FIRMAN  
NIM.2320203870133010



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	iii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iiv
DAFTAR ISI .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	ix
ABSTRAK .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Fokus penelitian dan Deskripsi Fokus.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
E. Garis besar isi Proposal Tesis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian yang Relevan .....	13
B. Analisis Teoritis Subjek .....	16
C. Kerangka Teoritis Penelitian .....	55
D. Bagan Kerangka Teori.....	66
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>67</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	67
B. Paradigma Penelitian .....	68
C. Sumber Data .....	69
D. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	70
E. Instrumen Penelitian .....	71
F. Tahap Pengumpulan Data.....	71
G. Teknik Pengumpulan Data .....	73
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	74
I. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	76

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	78
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	103
BAB V HASIL PENUTUP.....	146
A. Simpulan .....	146
B. Implikasi.....	147
C. Rekomendasi .....	147
DAFTAR PUSTAKA .....	149
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



## PEDOMAN TRANSLITERASI SINGKATAN

### 1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	te
ث	tsha	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	'	apostrof terbalik
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
هـ	ha	H	Ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

### 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal

atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauula*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...   اِ...   اُ...	<i>fathah dan alif atau ya&gt;'</i>	a	a dan garis di atas
اِي	<i>kasrah dan ya'</i>	i	i dan garis di atas
اُو	<i>dammah dan wau</i>	u	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ : *mata*

رَمَى : *rama*

قَيْلًا : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

#### 4. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-afal</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madinah al-fadilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

#### 5. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* ( ّ ) dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbana</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjaina</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعَمُّ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi

seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

الْأَنْوَاعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

### 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fi Zilal al-Qur'an*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

### 9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (A). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa ma Muhammadun illa rasul*

*Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallaz'i bi Bakkata mubarakan*

*Syahru Ramadan al-laz'i unzila fih al-Qur'an*

Nasir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al-Farabi

Al-Gazali

Al-Munqiz\ min al-Dalal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

swt. = *subhanahu wa ta'ala*

saw.	= <i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka iabisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis denganhuruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenisnya.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkla sepertijurnal, majalah, dan sebagainya.

## ABSTRAK

Nam : FIRMAN  
Nim : 2320203870133010  
Judul : Efektivitas komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang

---

Tesis ini menjelaskan Bagaimana efektivitas komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang. 1). Bagaimana bentuk komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid?. 2). Apa faktor pendukung dan penghambat komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid?. 3). Bagaimana strategi komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid?.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari Kepala KUA Kecamatan Maiwa, penyuluh agama, penghulu, staf KUA, wakif, pengurus masjid, tokoh agama, serta masyarakat setempat yang terlibat dalam proses pengelolaan dan penyelesaian permasalahan tanah wakaf. Data yang diperoleh dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa. 1). Bentuk komunikasi persuasif yang diterapkan meliputi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi serta komunikasi massa yang dianggap efektif dalam meminimalisir problematika wakaf. 2). Faktor pendukung efektivitas komunikasi persuasif antara lain peran pemerintah, peran da'i, peran wakif dan peran nadzir. Adapun faktor penghambatnya yaitu kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, akses lokasi yang sulit dijangkau dan kurangnya kerjasama lintas sektoral. 3). Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam meminimalisir problematika tanah wakaf adalah metode *bil-hikmah*, *Al-mauidzah hasanah* dan *Al-mujadalah*, dan metode *bil-hal* dan *bil-mal*, serta metode kolaboratif dan juga strategi komunikasi persuasif melalui media online, strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dianggap mampu meminimalisir problematika tanah wakaf di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Persuasif, Sertifikasi Tanah Wakaf, Strategi Komunikasi.*

## ABSTRACT

Name : Firman  
 NIM : 2320203870133010  
 Title : The Effectiveness of Persuasive Communication in Minimizing Mosque Waqf Land Issues at the Office of Religious Affairs, Maiwa District, Enrekang Regency

---

This thesis explores the effectiveness of persuasive communication in minimizing the problems related to mosque waqf land at the Office of Religious Affairs (KUA) in Maiwa District, Enrekang Regency. The research addresses three primary questions: (1) What forms of persuasive communication are used to minimize waqf land problems? (2) What are the supporting and inhibiting factors in implementing persuasive communication to resolve waqf issues? (3) What strategies of persuasive communication are applied in this context?

The study employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation. Informants included the Head of KUA Maiwa, religious counselors, penghulu (marriage registrar), KUA staff, *wakif* (donors), mosque administrators, religious leaders, and local community members involved in the management and resolution of waqf land issues. Data were analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing techniques.

The findings indicate that: (1) The forms of persuasive communication applied include interpersonal communication, group communication, organizational communication, and mass communication, all of which have proven effective in reducing waqf-related issues. (2) Supporting factors include the active roles of the government, *da'i* (preachers), *wakif*, and *nazhir* (waqf managers). Hindering factors involve the lack of competent human resources, limited waqf literacy in society, and geographic challenges related to terrain and location. (3) Persuasive communication strategies used to address waqf land problems consist of the *bil-hikmah* method, *al-mau'idzah al-hasanah*, *al-mujadalah*, *bil-hal*, *bil-mal*, collaborative methods, and online media-based communication strategies. These strategies have been deemed effective in minimizing waqf land disputes at the Office of Religious Affairs in Maiwa District, Enrekang Regency.

**Keywords:** Persuasive Communication, Waqf Land Certification, Communication Strategy

## تجريد البحث

الإسم : فيرمان  
رقم التسجيل : 2320203870133010  
موضوع الرسالة : فعالية التواصل الإقناعي في التقليل من مشاكل الأراضي  
المخصصة للمساجد في مكتب الشؤون الدينية في مقاطعة  
مايوا، منطقة إنريكانغ

يشرح هذا البحث كيفية فعالية التواصل الإقناعي في التقليل من مشاكل أراضي الأوقاف الخاصة بالمساجد في مكتب الشؤون الدينية في مقاطعة مايوا، منطقة إنريكانغ. (1). ما هي أشكال التواصل الإقناعي في التقليل من مشاكل أراضي الأوقاف الخاصة بالمساجد؟ (2). ما هي العوامل الداعمة والمعيقة للاتصال الإقناعي في تقليل مشاكل أراضي الأوقاف الخاصة بالمساجد؟ (3). ما هي استراتيجية الاتصال الإقناعي في تقليل مشاكل أراضي الأوقاف الخاصة بالمساجد؟

يستخدم هذا البحث طريقة نوعية مع نهج وصفي. تتم تقنية جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات المعمقة والتوثيق. مصادر البحث تتكون من رئيس مكتب الشؤون الدينية في مقاطعة مايوا، ومستشارين دينيين، ومدربين دينيين، وموظفي مكتب الشؤون الدينية، ومتبرعين، ومسؤولي مساجد، وشخصيات دينية، بالإضافة إلى أفراد المجتمع المحلي المشاركين في عملية إدارة وحل مشاكل الأراضي المخصصة للأوقاف. تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال عملية تقليل البيانات وعرضها واستخلاص النتائج.

أظهرت نتائج البحث ما يلي: (1). تشمل أشكال التواصل الإقناعي المطبقة التواصل بين الأشخاص، والتواصل الجماعي، والتواصل التنظيمي، والتواصل الجماهيري، والتي تعتبر فعالة في تقليل مشاكل الأوقاف. (2). من العوامل الداعمة لفعالية التواصل الإقناعي دور الحكومة، ودور الدعاة، ودور الموقفي، ودور الناظر. أما العوامل المعيقة فهي نقص الموارد البشرية المختصة، ونقص المعرفة بالوقف في المجتمع، والعوامل الجغرافية للميدان والموقع. (3). استراتيجيات التواصل الإقناعي المطبقة في التقليل من مشاكل أراضي الأوقاف هي طريقة الحكمة، الموعظة الحسنة والمجادلة، وطريقة بالحق وبالجمال، بالإضافة إلى الطريقة التعاونية واستراتيجية التواصل الإقناعي عبر وسائل الإعلام الإلكترونية. وتعتبر استراتيجية التواصل الإقناعي المطبقة قادرة على الحد من مشاكل أراضي الأوقاف في مكتب الشؤون الدينية في منطقة مايوا بمقاطعة إنريكانغ.

الكلمات الرئيسية: التواصل الإقناعي، شهادة أرض الوقف، استراتيجية التواصل

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan proses dasar dan esensial dalam kehidupan manusia, yang memungkinkan terciptanya interaksi, pengembangan hubungan, serta penyebaran informasi dan gagasan.<sup>1</sup> Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga berperan dalam pembentukan pemahaman dan interpretasi bersama di antara individu maupun kelompok. Dalam lingkup yang lebih luas, komunikasi adalah proses pertukaran makna, di mana setiap individu memberikan arti tertentu terhadap pesan yang diterimanya berdasarkan latar belakang, nilai, dan pengalaman pribadi. Oleh sebab itu, komunikasi yang efektif sangat diperlukan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti dalam keluarga, lingkungan kerja, pendidikan, hingga masyarakat, untuk membangun hubungan yang harmonis dan mencapai tujuan bersama.<sup>2</sup>

Seiring dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat akan pertukaran informasi yang cepat dan tepat, kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi semakin penting. Tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, komunikasi yang efektif harus memperhatikan cara penyampaian, bahasa yang digunakan, serta pemahaman terhadap audiens yang menerima pesan.<sup>3</sup> Kemampuan ini menjadi krusial dalam berbagai situasi di mana terdapat kebutuhan untuk memengaruhi opini atau sikap orang lain, yang salah satu bentuknya adalah komunikasi persuasif.

---

<sup>1</sup>Effendy. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), h.22.

<sup>2</sup>A. Liliwiri. *Komunikasi Antarbudaya*. ( Jakarta: Kencana Prenada Media,2015 ), h.45.

<sup>3</sup>H. Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi* ( Jakarta: Rajawali Pers,2018 ), h. 39.

Komunikasi persuasif memiliki peran penting dalam membentuk sikap, opini, atau tindakan audiens. Berbeda dari komunikasi informatif yang hanya berfokus pada penyampaian pesan, komunikasi persuasif bertujuan untuk mempengaruhi pikiran atau tindakan penerima pesan sesuai dengan harapan komunikator. Komunikasi persuasif banyak digunakan dalam berbagai bidang, seperti pemasaran untuk mempromosikan produk, politik untuk mempengaruhi pemilih, pendidikan untuk meningkatkan motivasi belajar, dan kesehatan untuk mengubah perilaku masyarakat menuju gaya hidup yang lebih sehat.<sup>4</sup> Dalam komunikasi persuasif, strategi penyampaian pesan yang baik perlu didukung dengan kemampuan memahami audiens dan menyusun argumen yang efektif agar dapat mencapai hasil yang diinginkan. Hal ini dijelaskan di dalam al-Qur'an surah An-Nahl/16:125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahnya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan debatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.<sup>5</sup>

Surah An-Nahl ayat 125 memberikan dasar-dasar penting yang dapat diaplikasikan dalam komunikasi persuasif. Ayat ini mengajarkan kita untuk berdakwah atau berkomunikasi dengan bijaksana, lembut, terbuka dalam diskusi, dan tidak memaksakan kehendak. Para ahli komunikasi menyatakan bahwa

<sup>4</sup>Wijaya. *Komunikasi Pemasaran Terpadu* ( Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2016), h. 64.

<sup>5</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* ( Jakarta Timur: Ummul Qura, 2020), h.281.

keberhasilan komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kredibilitas komunikator, daya tarik pesan, dan relevansi pesan dengan kebutuhan atau nilai-nilai audiens.<sup>6</sup> Prinsip-prinsip tersebut sangat relevan dalam upaya untuk meyakinkan atau mempengaruhi audiens dengan cara yang positif dan penuh penghormatan, yang merupakan esensi dari komunikasi persuasif yang efektif. Oleh karena itu, penguasaan teknik komunikasi persuasif sangat diperlukan bagi mereka yang ingin menyampaikan pesan dengan tujuan memengaruhi, baik dalam konteks komersial maupun sosial. Dengan demikian, pemahaman mengenai prinsip-prinsip komunikasi persuasif menjadi penting agar pesan yang disampaikan tidak hanya dipahami, tetapi juga dapat menggerakkan audiens untuk bertindak sesuai dengan tujuan komunikator. Dengan menerapkan komunikasi persuasif diharapkan dapat meminimalisir problematika Wakaf yang ada di Indonesia.

Wakaf merupakan salah satu instrumen dalam syariat Islam yang memiliki peranan strategis dalam pengembangan ekonomi umat, peningkatan kualitas pendidikan, serta penyediaan berbagai fasilitas sosial yang dibutuhkan masyarakat. Wakaf tanah, khususnya tanah yang diwakafkan untuk kepentingan masjid, memiliki nilai sosial dan religius yang tinggi.<sup>7</sup> Namun, dalam praktiknya, wakaf sering kali dihadapkan pada sejumlah problematika yang berkaitan dengan legalitas dan pengelolaan, termasuk di Kabupaten Enrekang, khususnya di Kecamatan Maiwa. Salah satu isu utama yang kerap muncul adalah masalah sertifikasi tanah wakaf yang belum tuntas, yang berpotensi menimbulkan sengketa di kemudian hari.

---

<sup>6</sup>A. Supratiknya. *Psikologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Kanisius,2015), h. 89.

<sup>7</sup>Muhammad Zaki Muhtarom, “*Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Program Pembibitan Penghafal Al-Qur’an (PPPA) Daarul Qur’an Dalam Meningkatkan Minat Donatur Sedekah Online Melalui New Media*” (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif, 2019), h.18.

Komunikasi persuasif menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meminimalisir problematika wakaf, khususnya dalam hal sertifikasi tanah wakaf. Komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan tujuan mempengaruhi sikap, persepsi, dan tindakan audiens, agar sesuai dengan harapan komunikator.<sup>8</sup> Dalam kasus ini, komunikasi persuasif dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf dan mendorong mereka untuk segera mengurus sertifikasi tanah yang diwakafkan. Selain itu, komunikasi persuasif juga dapat membantu menjembatani berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan wakaf, seperti keluarga pewakaf, pengurus masjid, dan lembaga terkait, agar dapat bekerja sama dalam menyelesaikan masalah problematika Wakaf.

Kabupaten Enrekang, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, memiliki tradisi wakaf yang kuat. Wakaf tanah untuk masjid menjadi salah satu bentuk wakaf yang paling sering ditemukan di wilayah ini. Namun, meskipun wakaf telah menjadi bagian dari kehidupan sosial dan keagamaan masyarakat, masalah sertifikasi tanah wakaf sering kali terabaikan. Ketika tanah wakaf belum memiliki sertifikat yang sah, hal ini membuka peluang terjadinya sengketa di masa mendatang, baik antara keluarga pewakaf maupun antara pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap tanah tersebut. Sertifikasi tanah wakaf sangat penting untuk menjamin kepastian hukum atas status tanah yang diwakafkan, sekaligus memberikan jaminan bahwa tanah tersebut benar-benar digunakan sesuai dengan tujuan wakaf.

Di Kecamatan Maiwa, masalah sertifikasi tanah wakaf masjid masih menjadi isu yang perlu mendapatkan perhatian serius. Banyak tanah wakaf yang

---

<sup>8</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Edisi Revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 117.

belum tersertifikasi. Potensi Tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa sebanyak 66 lokasi tanah yang diwakafkan untuk pembangunan masjid, sekitar 67% yang tersertifikasi, dan sebanyak 33% belum mempunyai sertifikat tanah wakaf.<sup>9</sup> sehingga berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan hukum di kemudian hari. Selain itu, kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf turut memperparah situasi ini. Banyak masyarakat yang menganggap bahwa setelah tanah diwakafkan, urusan administratif seperti sertifikasi tidak lagi menjadi prioritas, padahal ini sangat penting untuk menjamin keberlanjutan dan keabsahan wakaf di mata hukum.

Efektivitas komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika wakaf di Kabupaten Enrekang, khususnya di Kecamatan Maiwa, sangat bergantung pada berbagai faktor. Salah satu faktor utama adalah kemampuan komunikator, dalam hal ini pihak-pihak yang terlibat dalam sosialisasi dan penyuluhan tentang wakaf, dalam menyampaikan pesan yang jelas, meyakinkan dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, penggunaan media yang tepat juga menjadi kunci keberhasilan komunikasi persuasif. Dalam era digital seperti sekarang ini, pemanfaatan media sosial, radio lokal, atau bahkan pertemuan tatap muka di majelis-majelis taklim dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyebarluaskan informasi tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf.

Problematika utama yang dihadapi dalam pengelolaan tanah wakaf di Kabupaten Enrekang meliputi rendahnya pengetahuan masyarakat tentang pentingnya wakaf, keterbatasan sumber daya dalam sosialisasikan wakaf, minimnya pengelolaan wakaf yang profesional, serta kurangnya komunikasi yang persuasif dari pihak-pihak terkait, hal ini mengakibatkan potensi wakaf di daerah ini belum termanfaatkan secara optimal. Banyak masyarakat yang belum

---

<sup>9</sup>Sumber Data Tanah Wakaf pada Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Tahun 2025

memahami secara mendalam tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf dalam perspektif hukum Islam maupun hukum negara. Mereka sering kali menganggap bahwa wakaf adalah urusan agama semata, sehingga tidak perlu melibatkan prosedur hukum yang formal. Di sinilah peran komunikasi persuasif menjadi sangat penting. Dengan pendekatan yang tepat, masyarakat dapat diedukasi tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf bukan hanya dari sisi agama, tetapi juga dari sisi kepastian hukum dan perlindungan terhadap aset wakaf.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas komunikasi persuasif dalam upaya meminimalisir problematika sertifikasi tanah wakaf di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang. Studi ini akan menganalisis bagaimana proses komunikasi persuasif dilakukan oleh pihak-pihak terkait, seperti Badan Wakaf Indonesia (BWI), pemerintah daerah, pengurus masjid, dan tokoh masyarakat, dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf.

Penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan komunikasi persuasif dalam konteks ini. Penelitian ini juga akan mengamati proses komunikasi persuasif yang dilakukan dalam berbagai kegiatan sosialisasi dan penyuluhan tentang wakaf, baik yang dilakukan secara formal oleh lembaga pemerintah maupun secara informal melalui peran tokoh agama dan masyarakat.<sup>10</sup>

Pandangan teoretis, penelitian ini akan mengacu pada teori komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi. Komunikasi persuasif melibatkan beberapa elemen penting, yaitu komunikator, pesan, media, dan audiens. Keberhasilan komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan yang tepat, relevan, dan meyakinkan.

---

<sup>10</sup>Lina Masruroh, *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia* (Scopindo Media Pustaka, 2020), h.28.

Selain itu, pemilihan media yang sesuai dengan karakteristik audiens juga merupakan faktor penentu keberhasilan. Dalam konteks wakaf, pesan yang disampaikan harus mampu menggugah kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf, sekaligus memberikan pemahaman yang komprehensif tentang prosedur dan manfaat sertifikasi tersebut.<sup>11</sup>

Komunikasi persuasif yang efektif memerlukan pendekatan yang adaptif terhadap kondisi sosial dan budaya masyarakat setempat. Di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang, masyarakat masih sangat menghormati tradisi dan nilai-nilai agama. Oleh karena itu, pendekatan yang melibatkan tokoh agama dan tokoh adat setempat dalam proses komunikasi persuasif dapat menjadi strategi yang tepat. Tokoh agama memiliki pengaruh besar dalam membentuk sikap dan persepsi masyarakat, sehingga peran mereka sangat penting dalam menyukseskan sosialisasi dan penyuluhan tentang sertifikasi tanah wakaf.

Di sisi lain, penelitian ini juga akan mengeksplorasi berbagai hambatan yang mungkin dihadapi dalam proses komunikasi persuasif. Salah satu hambatan yang kerap muncul adalah adanya resistensi dari sebagian masyarakat yang merasa bahwa prosedur sertifikasi tanah wakaf terlalu rumit dan memakan waktu. Selain itu, faktor ekonomi juga dapat menjadi penghalang, mengingat biaya yang diperlukan untuk proses sertifikasi tanah wakaf tidak selalu terjangkau bagi masyarakat. Dalam konteks ini, komunikasi persuasif harus mampu menyampaikan pesan yang tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga solutif, dengan menawarkan alternatif-alternatif yang dapat mempermudah masyarakat dalam mengurus sertifikasi tanah wakaf.

---

<sup>11</sup>Ditha Ananda Zulhijjah, *"Komunikasi Persuasif Dompok Dhuafa Riau Dalam Menarik Minat Berdonasi Melalui Instagram"* (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023), h.33.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya penyelesaian problematika wakaf di Kabupaten Enrekang, khususnya terkait dengan sertifikasi tanah wakaf. Dengan memanfaatkan efektifitas komunikasi persuasif yang tepat, diharapkan masyarakat dapat lebih sadar akan pentingnya sertifikasi tanah wakaf, sehingga potensi sengketa di masa mendatang dapat diminimalisir. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam pengelolaan wakaf di masa depan. Berdasarkan latarbelakang di atas maka peneliti melakukan penelitian tesis dengan judul “Efektivitas Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang”.

### **B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus**

Penelitian ini difokuskan pada efektivitas komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika wakaf di Kabupaten Enrekang, dengan studi kasus Sertifikat Tanah Wakaf Masjid di kantor urusan agama Kecamatan Maiwa. Fokus penelitian ini diarahkan untuk memahami bagaimana pendekatan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pihak-pihak terkait, seperti pengurus masjid, tokoh agama, dan lembaga pemerintahan, dapat membantu menyelesaikan sengketa atau permasalahan yang sering muncul terkait legalitas dan pengurusan sertifikat tanah wakaf. Dalam konteks ini, penelitian akan mengeksplorasi strategi komunikasi yang digunakan dalam dialog dan negosiasi antara pihak-pihak yang berkepentingan, serta dampaknya terhadap upaya penyelesaian masalah sertifikasi tanah wakaf. Selain itu, penelitian ini juga akan menyoroti faktor-faktor yang mendukung atau menghambat efektivitas komunikasi tersebut, baik dari sisi sosial, budaya, maupun kelembagaan.

Deskripsi fokus penelitian ini mencakup upaya untuk memahami dan menganalisis bagaimana komunikasi persuasif dapat digunakan secara efektif dalam memecahkan problematika wakaf di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang. Komunikasi persuasif yang dimaksud mencakup teknik-teknik komunikasi yang mampu membangun kesadaran, kepercayaan, dan kerjasama di antara masyarakat, pihak pengelola wakaf, serta instansi terkait. Penelitian ini akan menggali lebih dalam proses interaksi dan komunikasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam pengurusan sertifikat tanah wakaf, termasuk bagaimana argumen, pendekatan emosional, dan rasionalitas dapat diintegrasikan untuk mencapai kesepakatan bersama. Penelitian ini juga akan memetakan hambatan-hambatan yang muncul dalam proses komunikasi tersebut dan mengevaluasi seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif dalam menciptakan penyelesaian masalah yang lebih efektif dan efisien.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat komunikasi Persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang
3. Bagaimana strategi komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang?

## **D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

- a. Mengetahui bentuk komunikasi persuasif di KUA Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang
- b. Menganalisa dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat komunikasi Persuasif tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang.
- c. Untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam meminimalisi problematika tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang.

### **2. Kegunaan penelitian**

- a. Manfaat Teoritis
  - 1) Pengembangan Teori Komunikasi Persuasif: Penelitian ini dapat memperkaya teori komunikasi persuasif, khususnya dalam konteks penyelesaian masalah sosial dan keagamaan seperti sertifikasi tanah wakaf. Temuan-temuan ini dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana pendekatan komunikasi yang efektif dapat mempengaruhi persepsi dan partisipasi masyarakat dalam pengurusan wakaf.
  - 2) Kontribusi pada Studi Wakaf: Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian mengenai wakaf, terutama dalam hal manajemen konflik dan penyelesaian masalah sertifikasi tanah wakaf. Penelitian ini dapat mengisi kekosongan literatur mengenai upaya minimisasi problematika wakaf melalui pendekatan komunikasi.
  - 3) Pemahaman Perilaku Sosial: Dengan memahami efektivitas komunikasi persuasif, penelitian ini membantu menjelaskan bagaimana faktor sosial dan

budaya di Kabupaten Enrekang mempengaruhi penerimaan dan keberhasilan komunikasi dalam penyelesaian sengketa wakaf.

b. Manfaat Praktis

- 1) Panduan bagi Lembaga Wakaf: Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan praktis bagi lembaga yang mengelola wakaf dalam mengoptimalkan penggunaan komunikasi persuasif untuk menyelesaikan permasalahan yang terkait dengan sertifikat tanah wakaf. Lembaga tersebut dapat mengadopsi strategi komunikasi yang terbukti efektif dalam penelitian ini.
- 2) Meningkatkan Kesadaran Masyarakat: Melalui komunikasi persuasif yang efektif, masyarakat di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang, dapat lebih memahami pentingnya legalitas sertifikasi tanah wakaf dan terlibat secara proaktif dalam penyelesaiannya, yang pada akhirnya akan mengurangi konflik terkait tanah wakaf.
- 3) Solusi bagi Pemangku Kebijakan: Penelitian ini menawarkan solusi praktis bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam menangani problematika sertifikasi tanah wakaf. Pemerintah dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam mengelola sengketa wakaf.

### **E. Garis Besar Isi Proposal Tesis**

Untuk memudahkan pembahasan proposal ini, teks ini dibagi menjadi tiga bab yang memuat rincian sebagai berikut:

Bab pertama (pendahuluan) berisi tentang latar belakang masalah dan memuat penjelasan tentang latar belakang masalah. Gambaran umum mengenai permasalahan pokok yang dibahas dalam proposal, tujuan dan manfaat penelitian teoritis dan praktis, fokus penelitian, dan isi proposal.

Bab kedua membahas makalah penelitian terdahulu/terkait untuk menghubungkan persamaan dengan judul-judul tersebut di atas. Di sisi lain, kerangka teori mengulas makna teoritis dan pemahaman judul-judul unggulan untuk membantu pembaca memahami penelitian.

Bab ke tiga menjelaskan metodologi penelitian. Penelitian kualitatif dibagi menjadi beberapa bagian, jenis penelitian, lokasi, informan, teknik identifikasi informan, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian yang Relevan

Penelitian ini membahas tentang efektifitas komunikasi persuasif untuk meminimalisir problematika wakaf di Kabupaten Enrekang. Penulis menggunakan beberapa referensi sebagai acuan yang berhubungan dengan tesis yang penulis akan teliti antara lain :

1. Penelitian yang ditulis oleh Samingan di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang berjudul "Persepsi Tokoh Masyarakat Desa Tirtamulya Kecamatan Air Sugihan Kabupaten Ogan Komering Ilir Tentang Status Tanah Wakaf Yang Tidak Tercatat Oleh PPAIW" menunjukkan bahwa status hukum tanah wakaf di Desa Tirtamulya tidak sejalan dengan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004. Hal ini terjadi karena proses dan tata cara perwakafan yang dilakukan oleh masyarakat setempat tidak mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan. Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian Anda terletak pada pengelolaan tanah wakaf yang tidak memiliki sertifikat. Namun, penelitian Samingan lebih berfokus pada ketidakpatuhan dalam proses perwakafan di Desa Tirtamulya, sedangkan penelitian Penulis berfokus mengeksplorasi efektifitas komunikasi Persuasif untuk meminimalisir problematika tanah wakaf masjid yang tidak bersertifikat di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang.<sup>12</sup>
2. Penelitian dalam bentuk artikel jurnal oleh Ririn Nur Hidayah dengan judul "Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan dalam Menarik Minat Donatur

---

<sup>12</sup>Samingan, "*Persepsi Tokoh Masyarakat Desa Tirtamulya Kecamatan Air Sugihan Kabupaten Ogan Komering Ilir Tentang Status Tanah Wakaf Yang Tidak Tercatat Oleh PPAIW*" (Skripsi Sarjana; Fakultas Syari'ah dan Hukum: Palembang, 2017), h. 9.

untuk Menyalurkan Dana Zakat Infak Sadaqah Wakaf (ZISWAF)”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji strategi *public relation* menarik minat donatur yang dilakukan Dompot Dhuafa dengan metode pengembangan dakwah melalui budaya kerja lembaga yang terbuka/transparan, jujur, *itqan* (profesional), dan mengembangkan kreativitas dan inovasi untuk tetap mencari cara terbaik dalam berinteraksi dan memberdayakan masyarakat dengan menggunakan metode *advertising, personal selling, direct selling, public relations, dan events and experience*.<sup>13</sup> Namun penelitian Ririn berfokus pada strategi *public relation* untuk menarik minat para donator dalam menjalankan zakat dan wakaf. Sedangkan Penelitian penulis berfokus pada komunikasi persuasif untuk meminimalisir problematika wakaf tanah masjid di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang.

3. Penelitian ini ditulis oleh Anohib, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf, dengan judul Efektifitas Tugas Nadzir Dalam Pengelolaan tanah Wakaf di Kota Bengkulu, hasil penelitian penulis menyatakan bahwa pengelolaan tanah wakaf oleh nadzir belum efektif, karena jumlahnya yang masih sedikit, sedangkan potensi yang seharusnya bisa dimanfaatkan banyak. Adapun persamaan penelitian penulis dengan penelitian Anohib yaitu membahas tentang problematika tanah wakaf, kemudian perbedaannya adalah penelitian Anohib berfokus pada peran Nadzir dalam pengelolaan tanah wakaf pada masjid. Sedangkan penelitian penulis berfokus pada

---

<sup>13</sup>Ririn Nur Hidayah, *Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan Dalam Menarik Minat Donatur Untuk Menyalurkan Dana Zakat Infak Sadaqah Wakaf (ZISWAF)*, (INTELEKTUALITA 6, no. 1 (2017), <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v6i1.1305>).

Komunikasi Persuasif dalam menyelesaikan problematika sertifikasi tanah wakaf masjid.<sup>14</sup>

4. Penelitian Nisful Laily Zain, dalam penelitiannya berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Siswa" yang dipublikasikan di Jurnal Nomosleca, Volume 3, Nomor 2, Oktober 2017, meneliti strategi komunikasi personal para guru untuk mendorong motivasi belajar siswa di PGRI 1 Pasuruan. Metode yang diterapkan adalah studi kasus tunggal dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi personal antara guru dan siswa, serta dengan orang tua, berperan penting dalam meningkatkan motivasi belajar. Pendekatan ini memerlukan keseriusan dan ketekunan dari guru karena membutuhkan lebih banyak energi, waktu, dan biaya untuk membangun komunikasi personal.<sup>15</sup> Persamaan antara penelitian Nisful Laily Zain dan penelitian ini terletak pada fokus keduanya yang mengkaji komunikasi persuasif. Namun, perbedaannya terletak pada objek yang diteliti; sementara Nisful Laily Zain berfokus pada komunikasi persuasif dengan siswa. Sedangkan penelitian Penulis mengkaji Efektifitas Komunikasi Persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.
5. Tulisan oleh Salim Hasan dengan judul penelitian pengelolaan tanah wakaf masjid di Kota Manado, dari hasil penelitian penulis menyatakan bahwa pengelolaan tanah wakaf masjid di Kota Manado terklasifikasi pada dua hal, yakni efektif dan tidak efektif. Namun yang tidak efektif lebih banyak dari

---

<sup>14</sup>Anohib, "Efektifitas Tugas Nazir Dalam Pengelolaan Tanah Wakaf Di Kota Bengkulu" (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam: Bengkulu, 2017), h. 8.

<sup>15</sup>Nisful Laily Zain, *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Siswa*, Jurnal Nomosleca, Volume 3, Nomor 2, Oktober 2017

yang efektif, hal ini disebabkan karena banyak pengurus masjid merasa bahwa proses pengurusan sertifikat sangat prosedural, sehingga mereka kesulitan untuk mengurus sertifikat tersebut.<sup>16</sup> Adapun persamaan penelitian penulis dengan penelitian Salim Hasan yaitu membahas tentang sertifikasi tanah wakaf masjid, kemudian perbedaannya adalah penelitian Salim Hasan lebih berfokus pada efektifitas pengurusan sertifikat tanah wakaf masjid sedangkan penelitian penulis berfokus pada efektifitas komunikasi persuasif untuk meminimalisir problematika tanah wakaf masjid yang tidak bersertifikat di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.

## **B. Analisis Teoretis Subjek**

### **1. Komunikasi**

#### **a. Defenisi Komunikasi**

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communis* yang berarti kesamaan. Makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator yang diterima oleh komunikan. Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.<sup>17</sup>

Dalam kehidupan sosial, komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat mendasar bagi individu dalam perjalanan hidupnya, seperti yang diungkapkan oleh Profesor Wilbur Schramm. Komunikasi dan masyarakat adalah dua konsep yang saling terkait dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Kendati demikian, apakah maksud dari komunikasi tersebut? Mengenai

---

<sup>16</sup>Salim Hasan, 'Pengelolaan Tanah Wakaf Masjid di Kota Manado', Jurnal Aqlam 3.2 (2018) h. 299.

<sup>17</sup>Dliya Najwah Salsabil, *Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Melalui Instagram*, ( UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2020 ), h. 12.

komunikasi banyak pakar memberikan pendapat dalam perspektif masing-masing, karena hal ini disebabkan banyaknya disiplin ilmu yang memberikan masukan terhadap ilmu komunikasi. Menurut Hafied Cangara, dari disiplin ilmu tersebut misalnya ilmu psikologi, sosiologi, antropologi, ilmu politik, ilmu manajemen, linguistik, matematika, ilmu elektronika dan lainnya.<sup>18</sup> Untuk memahami definisi komunikasi secara lebih mendalam. Berikut adalah beberapa pandangan dari para ahli:<sup>19</sup>

1) Harlod D Laswell

Menurutnya, pengertian komunikasi dengan lebih sederhana lagi singkat dengan membuat pertanyaan yaitu, “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”.

2) Everett M. Rogers

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

3) Rogers dan D. Lawrence Kincaid

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Dari berbagai pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses interaksi antara satu individu atau lebih yang berfungsi sebagai pengirim pesan kepada individu atau kelompok lain sebagai penerima. Pesan tersebut disampaikan dengan tujuan dan maksud yang jelas. Selain itu, definisi yang

---

<sup>18</sup>Cut Alfidhatul Nadhirah, *Strategi Komunikasi Persuasif Masyarakat Peduli Sejarah Aceh Dalam Mempertahankan Sejarah Aceh*, ( UIN Ar-Raniry: Banda Aceh, 2020). h. 18.

<sup>19</sup>Cut Alfidhatul Nadhirah, *Strategi Komunikasi Persuasif Masyarakat Peduli Sejarah Aceh Dalam Mempertahankan Sejarah Aceh*, h. 18-19.

sering dikenal secara umum adalah proses transfer pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) melalui media tertentu dengan tujuan tertentu.

#### b. Elemen atau Unsur Komunikasi

Komunikasi dapat berlangsung apabila terdapat elemen-elemen yang membangun proses komunikasi itu sendiri. Elemen-elemen ini saling berhubungan satu sama lain dan memperlihatkan bagaimana komunikasi itu berlangsung. Menurut Lasswel unsur atau elemen yang membangun komunikasi secara spesifik dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 1) Sumber (*Source*)

Pada setiap komunikasi sumber merupakan elemen utama. Sumber komunikasi adalah orang yang mengirimkan pesan (*sender*) atau komunikator yang menuangkan ide/pesan dalam bentuk *encoding*. Dalam komunikasi intra personal, anda sedang melakukan introspeksi diri, anda adalah sumber / komunikator sekaligus anda adalah komunikan. Interaksi komunikasi dalam dunia kesehatan, sumber ini dapat berupa Dosen yang sedang memberikan kuliah, pimpinan yang sedang memberikan arahan kepada stafnya, orangtua yang sedang memberikan nasehat kepada anaknya, semua adalah sumber dalam elemen komunikasi. Sumber dapat juga berupa kelompok atau organisasi, misalnya humas suatu institusi yang sedang memberikan konferensi pers. Humas meskipun perorangan tetapi berkomunikasi didepan pers sebagai perwakilan institusi (organisasi).<sup>20</sup>

Komunikator sebagai pengirim pesan diharapkan dapat menjalankan tugasnya dengan baik sehingga komunikan dapat menerima pesan sesuai dengan maksud komunikator dan komunikan juga mampu memberikan feed back

---

<sup>20</sup>Masta haro dan Jeanie Annisa, ed., Pengantar ilmu Komunikasi ( Bengkulu-Riau: Dotplus publisher. 2021), h. 37.

sehingga dapat diketahui kualitas komunikasinya.

## 2) Proses/ Respon (*Encoding/ Decoding*)

*Encoding* adalah proses merubah ide dalam pikiran/pesan yang akan dikomunikasikan menjadi simbol atau kata-kata, gerakan tubuh. *Encoding* berada dalam pikiran komunikator kemudian tindakan *encoding* ini menghasilkan pesan. Tindakan *encoding* bisa berupa berbicara ataupun menulis. Selanjutnya pesan yang dihasilkan *encoding* diterima oleh komunikan dengan *decoding* yaitu tindakan dalam rangka memahami pesan, dapat mendengarkan/ membaca dan memahami pesan oleh komunikan.<sup>21</sup> Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikan dapat memahami pesan sama seperti yang diinginkan komunikator.

## 3) Pesan (*Message*)

Proses komunikasi selalu ada pesan yang akan diterima oleh komunikan. Pesan adalah sesuatu informasi yang disampaikan oleh komunikator. Pesan yang dikirimkan oleh komunikator tidak hanya secara lisan ataupun tertulis, tetapi dapat pula dengan bahasa tubuh, seperti anggukan kepala yang menyatakan persetujuan, atau gelengan kepala, untuk menyatakan tidak, tatapan mata, lambaian tangan atau simbol-simbol yang dikirimkan sumber/ komunikator kepada komunikan untuk dimaknai bersama.<sup>22</sup> Hal ini menunjukkan bahwa pesan dalam komunikasi tidak terbatas pada kata-kata, tetapi juga mencakup komunikasi nonverbal yang memiliki peran penting dalam menyampaikan makna secara utuh dan mendalam.

---

<sup>21</sup>Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.

<sup>22</sup>Masta haro dan Jeanie Annisa, ed., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 38.

#### 4) Media (Media)

Komunikator akan mengirimkan pesan baik secara verbal maupun non verbal. Pesan ditransmisikan melalui saluran yang dapat ditangkap oleh panca indra kita. Ketika seseorang sedang berbicara, maka udara dan indra pendengaran adalah bentuk media/ saluran komunikasi. Demikian juga ketika seseorang lewat dengan parfum yang wanginya sudah anda kenal, udara dan indra penciuman merupakan bentuk media/saluran komunikasi sehingga pesan itu sampai kepada anda. Melalui indra pendengaran kita dapat menerima pesan secara verbal sedangkan dengan indra penglihatan kita menerima pesan non verbal.

Seiring dengan kemajuan teknologi, media komunikasi juga berkembang pesat. Saat ini hampir semua orang memiliki handphone, sampai anak SD sekalipun telah difasilitasi handphone oleh orangtua untuk mengikuti kegiatan belajar mengajar secara *daring*. Fasilitas internet juga membantu mudahnya akses pesan atau informasi sampai kepada komunikan.<sup>23</sup> Dalam era revolusi industri 4.0 ini pun telah tersedia berbagai bentuk aplikasi yang mudah diakses semua orang sebagai bentuk kemajuan komunikasi. Ketersediaan *e-book* baik gratis ataupun berbayar, kemudahan akses perpustakaan secara online. Internet dan handphone telah menjadikan dunia dalam genggaman.

#### 5) Penerima Pesan ( *Receiver* )

Penerima pesan / komunikan adalah orang yang menerima pesan, dapat berupa individu, kelompok, ataupun khalayak ramai/ masyarakat. Keberhasilan komunikasi yang ditunjukkan dengan persamaan pemahaman antara komunikan dan komunikator sangat dipengaruhi oleh cara penyampaian dan bahasa yang digunakan oleh komunikator, pengetahuan dan pengalaman komunikan serta ada

---

<sup>23</sup>Masta haro dan Jeanie Annisa, ed., *Pengantar Ilmu Komunikasi* . h. 39

tidaknya noise pada saat proses komunikasi berlangsung.<sup>24</sup> Karena semua elemen tersebut sangat menentukan apakah pesan dapat diterima dan dimaknai sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator.

#### 6) Gangguan ( *Noise* )

Gangguan dalam proses komunikasi yang dapat mengakibatkan gagalnya penerimaan/ pengiriman pesan. *Noise* dapat berasal dari luar lingkup komunikasi, tetapi juga dapat berasal dari dalam lingkup komunikasi itu sendiri. Noise yang berasal dari luar, misalnya anda sedang berada di sebuah cafe yang sedang ramai dengan pengunjung, kemudian anda menerima pesan melalui telpon dari pimpinan. Suara berisik musik ini merupakan *noise* yang berasal dari luar lingkup komunikasi. Noise yang berasal dari dalam lingkup komunikasi misalnya noise yang berasal dari komunikator/komunikan.<sup>25</sup> Bahasa yang digunakan komunikator ketika menyampaikan pesan, kondisi psikologis komunikan ketika menerima pesan, pengetahuan komunikan tentang pesan itu sendiri, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, komunikator harus mengupayakan sesedikit mungkin adanya *noise* dalam proses komunikasi sehingga pesan dapat di terima dengan baik oleh komunikan.<sup>26</sup>

#### 7) Umpan Balik ( *Feedback* )

Umpan balik (*feedback*) merupakan reaksi dari komunikan terhadap pesan yang disampaikan. Feedback ini penting untuk mengetahui apakah pesan yang disampaikan komunikator bisa diterima oleh komunikan atau tidak. *Feedback* positif dari komunikan akan membuat komunikasi terus berlangsung sehingga tercapai tujuan komunikasi, sedangkan feedback negative membuat komunikasi

---

<sup>24</sup>Hafied Cangara., *Pengantar Ilmu Komunikasi*. ( Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 25

<sup>25</sup>Masta haro dan Jeanie Annisa, ed., *Pengantar Ilmu Komunikasi* . h. 40.

terhenti/ komunikasi menghentikan perilaku komunikasi dari komunikator.<sup>27</sup> Karena umpan balik memberikan petunjuk langsung kepada komunikator mengenai efektivitas pesan yang disampaikan, serta menjadi dasar untuk memperbaiki atau menyesuaikan strategi komunikasi selanjutnya.

#### 8) Efek (*Effect*)

Efek adalah akibat dari komunikasi atau hasil dari komunikasi. Efek dari komunikasi tentunya diharapkan sesuai dengan tujuan komunikasi. Efek komunikasi dapat berupa emosional (tertawa ketika komunikasi bersifat menghibur), terjadinya perubahan perilaku, peningkatan pengetahuan dan lain sebagainya. Efek yang ditunjukkan oleh komunikasi merupakan alat ukur untuk melihat keberhasilan/ efektifitas komunikasi.<sup>28</sup> Sebab melalui efek inilah dapat dilihat apakah pesan telah memberikan pengaruh sebagaimana yang dimaksudkan oleh komunikator baik secara kognitif, afektif, maupun konatif

## 2. Komunikasi Persuasif

### a. Pengertian komunikasi Persuasif

Pada dasarnya manusia tidak terlepas dari yang namanya komunikasi, dimana setiap individu berinteraksi untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam konteks ini, komunikasi persuasif menjadi salah satu bentuk interaksi yang sangat penting. Menurut Kamus Ilmu Komunikasi, komunikasi persuasif adalah suatu proses yang bertujuan untuk memengaruhi pandangan, sikap, dan tindakan seseorang dengan memanfaatkan aspek psikologis, sehingga individu tersebut bertindak seakan-akan itu merupakan

---

<sup>27</sup>Hafied Cangara, . *Pengantar Ilmu Komunikasi*. h.30.

<sup>28</sup>Masta haro dan Jeanie Annisa, ed., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 41.

keinginan mereka sendiri.<sup>29</sup>

Persuasif (*persuasion*) berasal dari kata Latin "persuasio," yang berakar dari kata kerja "persuadere," yang berarti membujuk atau mengajak. Sering kali para ahli komunikasi menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis. Hal ini dimaksudkan untuk mengadakan perbedaan dengan koersi (*coersion*) pada umumnya, antara persuasi dan koersi memiliki tujuan yang sama yakni untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku.

Menurut Ronald L. Applbaum dan Karl W. E. Anantol, persuasi adalah komunikasi yang sangat kompleks, ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (Sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal dan non verbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain. Menurut Maulana dan Gumelar Persuasi adalah proses yang bertujuan guna mengubah sikap ataupun perilaku orang lain dalam sebuah peristiwa, ide, ataupun objek lainnya melalui bahasa verbal atau nonverbal yang didalamnya tersirat informasi, perasaan dan penalaran.<sup>30</sup>

Komunikasi persuasi merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi cara pikir dan pendapat orang lain agar sejalan dengan keinginan komunikator. Proses ini melibatkan ajakan atau bujukan untuk mengubah sikap dan keyakinan tanpa menggunakan ancaman atau paksaan. Dengan kata lain, komunikasi persuasi adalah kemampuan untuk membujuk dan mengarahkan orang lain.

---

<sup>29</sup>Aen Istianah Afiati, *Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap*, Skripsi, Tidak diterbitkan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2015, h.23-24.

<sup>30</sup>Dliya Najmah Salsabil, *Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Melalui Instagram*, h. 13

## b. Prinsip Komunikasi Persuasif

Dalam melakukan komunikasi tidak sebatas seperti melakukan proses komunikasi biasa, tentu harus memahami proses komunikasinya dengan menerapkan asas sesuai landasan. Komunikasi persuasif memiliki tujuan tertentu yang berkaitan dengan pesan yang disampaikan. Ada empat prinsip yang bisa digunakan untuk mencapai keberhasilan dalam mengubah sikap dan mendorong audiens agar sejalan dengan keinginan persuader. Menurut Little John dan Jabusch, prinsip-prinsip dalam persuasi terdiri dari:<sup>31</sup>

### 1) Prinsip Pemaparan Selektif

Pada prinsip pemaparan selektif menyatakan bahwa pendengar (khalayak) Mengikuti hukum pemaparan selektif, memiliki dua bagian yang pertama pendengar secara aktif mencari-cari informasi dengan dukungan opini, nilai, kepercayaan, perilaku dan keputusan mereka. Kedua pendengar secara aktif menghindari perbedaan informasi, dengan sikap, opini, kepercayaan, nilai dan perilaku mereka sekarang.

### 2) Prinsip Partisipasi Khalayak

Maksud dari khalayak adalah sasaran persuasif atau komunikan. Komunikasi persuasif akan lebih efektif jika audiens terlibat dalam proses komunikasi. Keterlibatan ini menciptakan interaksi yang bersifat transaksional antara pembicara dan pendengar. Komunikasi persuasif dapat dianggap berhasil jika pesan yang disampaikan mendapatkan respons positif dari audiens, dan persuader mampu menanggapi respons tersebut, sehingga mendorong keterlibatan aktif dari khalayak melalui interaksi yang terjadi.

---

<sup>31</sup>A. Devito Joseph. *Komunikasi Antarmanusia* ( Tangerang Selatan : Karisma Publishing Group. 2010), h. 447

### 3) Prinsip Besaran Perubahan

Prinsip tersebut mengindikasikan bahwa semakin signifikan dan besar perubahan yang diinginkan oleh persuader, maka tantangan yang dihadapi oleh persuader semakin besar untuk mencapai tujuannya, yaitu perilaku sasaran, opini dan mengubah sikap persuasif.

### 4) Prinsip Inokulasi

Prinsip tersebut membicarakan mengenai sasaran persuasif yang telah mengetahui persuader dan telah menyiapkan argumen untuk menentang persuader. Sasaran persuasif memiliki beragam karakter yang berbeda, sehingga persuader menghadapi tantangan besar untuk menyiapkan argumen yang matang. Dengan persiapan yang baik, persuader dapat merespons dan menangani argumen dari audiens yang mungkin bersifat menentang selama proses komunikasi persuasif.

### c. Indikator Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku seseorang atau kelompok agar sesuai dengan harapan komunikator, tanpa adanya unsur paksaan. Keberhasilan komunikasi persuasif dapat diukur melalui sejumlah indikator yang mencerminkan efektivitas proses dan hasil komunikasi tersebut. Adapun indikator komunikasi persuasif antara lain sebagai berikut:

#### 1) Kredibilitas Komunikator (*Credibility*)

Kredibilitas mencerminkan sejauh mana komunikator dipandang layak dipercaya oleh komunikan. Hal ini mencakup unsur keahlian (*expertise*), kejujuran (*trustworthiness*), serta daya tarik pribadi komunikator. Semakin tinggi kredibilitas komunikator, semakin besar pengaruh pesan yang disampaikan.

2) Kejelasan Pesan (*Message Clarity*)

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi persuasif harus jelas, terstruktur, dan mudah dipahami oleh audiens. Pesan yang ambigu atau tidak relevan dapat menghambat efektivitas komunikasi dan menurunkan tingkat penerimaan.

3) Kesesuaian dengan Nilai dan Norma Audiens (*Value Relevance*)

Pesan persuasif akan lebih diterima apabila sesuai dengan nilai-nilai, norma, dan budaya yang dianut oleh audiens. Ketidakesesuaian antara pesan dengan konteks sosial dapat menimbulkan resistensi.

4) Daya Tarik Emosional (*Emotional Appeal*)

Komunikasi persuasif seringkali menggunakan pendekatan emosional untuk menyentuh aspek perasaan komunikan, seperti empati, harapan, ketakutan, atau kepedulian. Daya tarik emosional ini dapat memperkuat efek persuasi.

5) Keterlibatan Audiens (*Audience Involvement*)

Efektivitas komunikasi meningkat apabila audiens terlibat secara aktif dalam proses komunikasi, baik melalui diskusi, tanya jawab, maupun kegiatan bersama. Keterlibatan ini menciptakan rasa memiliki terhadap pesan yang disampaikan.

6) Konsistensi dan Ketekunan Penyampaian (*Consistency and Persistence*)

Pesan persuasif yang disampaikan secara konsisten dan berulang akan lebih mudah diingat dan diterima. Ketekunan komunikator dalam menyampaikan pesan menunjukkan keseriusan dan memperkuat pengaruh terhadap komunikan.

#### 7) Pemilihan Saluran atau Media Komunikasi yang Tepat

Media yang digunakan harus sesuai dengan karakteristik audiens dan konteks komunikasi. Dalam komunikasi wakaf, misalnya, komunikasi interpersonal dan kelompok seringkali lebih efektif dibanding komunikasi massa karena memungkinkan terjadinya dialog langsung.

Indikator-indikator di atas menjadi acuan penting dalam menilai keberhasilan komunikasi persuasif, baik dalam konteks dakwah, pendidikan, maupun pelayanan publik seperti pengelolaan wakaf. Dalam konteks penelitian Abu Abdillah, indikator ini dapat digunakan untuk menganalisis sejauh mana strategi komunikasi persuasive khususnya metode kolaborasi berhasil memengaruhi kesadaran dan tindakan masyarakat dalam menyelesaikan problematika wakaf.

#### d. Bentuk komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif merupakan salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku audiens agar sesuai dengan kehendak komunikator tanpa adanya unsur paksaan. Komunikasi ini berorientasi pada perubahan melalui pendekatan yang bersifat dialogis, rasional, dan emosional. Dalam praktiknya, komunikasi persuasif dapat dibedakan ke dalam beberapa bentuk, bergantung pada konteks, media, serta sasaran audiens yang dihadapi. Berikut adalah bentuk-bentuk komunikasi persuasif.

##### 1) Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan secara langsung antara dua individu atau lebih dengan hubungan yang bersifat pribadi. Dalam komunikasi persuasif, bentuk ini sangat efektif karena memungkinkan adanya interaksi dua arah yang intens, saling memahami

kondisi psikologis, serta membangun kepercayaan secara langsung. Misalnya, pendekatan langsung dari penyuluh agama kepada wakif atau nadzir untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf.

#### 2) Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok terjadi dalam interaksi antara beberapa orang yang memiliki tujuan bersama. Komunikasi persuasif dalam kelompok memberikan ruang untuk diskusi, musyawarah, dan pertukaran gagasan secara terbuka. Bentuk ini efektif untuk menyamakan persepsi dan menyatukan pandangan antar pihak yang terkait dalam isu wakaf, seperti rapat antara tokoh masyarakat, KUA, dan nadzir.

#### 3) Komunikasi Organisasi

Komunikasi persuasif juga terjadi dalam konteks organisasi, baik formal maupun informal. Dalam organisasi keagamaan seperti KUA, bentuk komunikasi ini digunakan untuk menyampaikan kebijakan, instruksi, serta program-program strategis terkait pelayanan wakaf. Pesan-pesan yang disampaikan bersifat persuasif untuk membangun komitmen internal dan menyatukan gerak langkah organisasi dalam menangani problematika wakaf.

#### 4) Komunikasi Massa

Komunikasi persuasif massa adalah bentuk komunikasi yang disampaikan kepada khalayak luas melalui media massa atau media sosial. Bentuk ini sangat bermanfaat dalam menyebarluaskan pesan-pesan wakaf secara lebih luas, seperti pentingnya sertifikasi wakaf, peran nadzir, atau edukasi hukum wakaf. Komunikasi ini bersifat satu arah, namun efektif dalam meningkatkan kesadaran publik secara umum.

#### e. Proses Persuasi Komunikasi

Persuasi merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Karena hadir dan berkaitan erat dengan aktivitas manusia, persuasi memiliki pola struktur tertentu, menciptakan alur sehingga terbentuk sebuah proses. Proses tak lepas adanya input dan output. terdapat dua pendekatan dalam melakukan persuasi, yaitu melalui rasional dan emosional.<sup>32</sup>

##### 1) Proses Rasional

Proses rasional dimulai dari perhatian *persuadee* terhadap objek, mengerti, menerima, lalu muncul keyakinan. Proses persuasi dengan pendekatan rasional melibatkan pola dan struktur berpikir yang logis serta sistematis. Dengan kata lain, dalam menentukan sikap, Ilardo berpendapat bahwa keyakinan harus didasarkan pada penalaran yang dapat diterima oleh akal sehat.<sup>33</sup> Karena pendekatan rasional tidak hanya menekankan pada emosi atau daya tarik personal, tetapi mengandalkan argumentasi yang dapat diuji kebenarannya melalui logika dan pengalaman.

##### 2) Proses Emosional

Proses emosional dalam persuasi mengarah pada aspek di luar kelogisan nalar. Dengan kata lain, proses persuasi emosional melibatkan kondisi dan situasi yang tidak bisa diprediksi dengan akal sehat. Persuasi yang bersifat emosional cenderung menyentuh aspek afeksi, yang berkaitan erat dengan kehidupan emosional individu. Melalui cara ini aspek simpati dan empati seseorang digugah, sehingga muncul rasa senang pada dirinya.<sup>34</sup> Sebab pendekatan emosional dalam komunikasi sangat efektif dalam membangun

---

<sup>32</sup>Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2019), h. 274.

<sup>33</sup>Ilardo Joseph A. *Persuasion: Strategies for Public Influence*. Pacific Palisades, CA: Goodyear Publishing Company, 1978, h. 45.

<sup>34</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. h. 118.

kedekatan psikologis antara komunikator dan komunikan, terutama dalam konteks yang menyangkut nilai, keyakinan, atau pengalaman hidup.

f. Strategi Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif memiliki tujuan yang jelas dan harus dicapai. Tujuan dalam proses persuasi perlu dilandasi strategi tertentu agar berhasil sesuai keinginan. Strategi dapat disusun berdasarkan unsur komunikasi persuasif itu sendiri, yaitu *persuader*, *persuadee*, pesan dan saluran. Peran dan fungsi *persuader* dalam merumuskan strategi merupakan salah satu indikator keberhasilan komunikasi persuasif. Strategi pada hakikatnya adalah kombinasi proses perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan.. Dalam proses mencapai tujuan, strategi tidak hanya berperan sebagai panduan, tetapi juga harus menjelaskan taktik operasional yang diperlukan.

Joseph A. Ilardo mendefinisikan strategi adalah rencana terpilih yang teliti dan hati-hati atau serangkaian manuver yang telah dirancang untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>35</sup> Menurut Anwar Arifin strategi merupakan seluruh keputusan kondisional atas tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Roceach mengemukakan tiga strategi komunikasi persuasif, yaitu strategi psikodinamika, sosiokultural, dan *meaning construction*. Berikut penjelasannya;

---

<sup>35</sup>Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, h. 289.

### 1) Strategi Psikodinamika

Prespektif psikodinamika adalah orientasi yang menekankan determinan perilaku tanpa disadari. Karena sikap manusia kompleks, terbentuk dari unsur biologis, emosional, dan komponen kognitif, strategi psikodinamika menekankan aspek dari internal seseorang. Strategi ini bertujuan untuk memahami bagaimana karakter pribadi seseorang memengaruhi perubahan sikap.<sup>36</sup> Karakter yang bersifat internal membuat strategi ini bekerja atas dasar dorongan di dalam diri, sehingga respons terhadap rangsangan terkadang terjadi tanpa disadari oleh individu. Karakteristik personal mencerminkan ciri khas yang dimiliki seseorang atau kelompok masyarakat, terlihat melalui pola pikir, sikap, dan tindakan mereka terhadap lingkungan.

### 2) Strategi Sosiokultural

Asumsi utama dari strategi persuasi sosiokultural adalah bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor eksternal yang berada di luar diri individu. Prinsip ini menekankan bahwa individu dapat dipengaruhi oleh orang lain, baik melalui institusi sosial maupun oleh kekuatan sosial dari lingkungan sekitar mereka. Teoritikus sosiokultural meyakini manusia mempertimbangkan konteks sosial lebih luas di tempat suatu perilaku muncul. Para ahli juga meyakini perubahan sikap dan perilaku dapat dipengaruhi oleh masyarakat, bukan karena dorongan dari dalam diri seseorang.

### 3) Strategi *the Meaning Construction*

Pada prinsipnya, strategi ini berfokus pada penggunaan permainan kata. Bahasa sebagai alat penyampaian pesan persuasi dimodifikasi sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian pihak yang dipersuasi. Meskipun awalnya mereka mungkin tidak tertarik pada isi pesan, permainan kata dan makna yang

---

<sup>36</sup>Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, h. 291.

disampaikan akhirnya membuat mereka lebih memperhatikan. Dalam konteks periklanan, penggunaan tagline atau slogan adalah salah satu contoh penerapan strategi ini.

### 3. Wakaf

#### a. Sejarah Wakaf

Dalam sejarah Islam, Wakaf sudah dikenal sejak zaman Nabi saw. karena wakaf disyariatkan setelah Nabi saw. hijrah ke Madinah pada tahun kedua Hijriah. Dua pendapat telah berkembang di kalangan ahli hukum Islam (fuqaha`) tentang siapa yang melakukan wakaf syariah. Menurut pendapat sebagian ulama, orang pertama yang melakukan wakaf adalah Nabi saw. yang mengambil wakaf tanah milik Nabi SAW untuk membangun masjid.

Rasulullah saw. pada tahun ketiga Hijriah menyumbangkan tujuh kebun kurma ke Madinah; termasuk A`raf, Syafiyah, Dalal, Taman Barqah dan taman lainnya. Menurut pendapat sebagian ulama, Umar bin Khathab adalah orang pertama yang melakukan wakaf syariah. Kemudian wakaf syariat dilakukan oleh Umar bin Khaththhab, disusul oleh Abu Thalhah yang mewakafkan taman kesayangannya yaitu taman Bairaha. Kemudian ada sahabat Nabi saw. lain, seperti Abu Bakar, yang menyumbangkan tanah di Mekah dan memberikannya kepada keturunannya datang ke Mekah. Utsman menyumbangkan kekayaannya kepada Khaibar. Ali bin Abi Thalib menyumbangkan tanahnya yang subur. Mu`adz bin Jabal menghadiahkan rumahnya, yang disebut "Dar al-Anshar". Kemudian pelaksanaan wakaf dihadiri oleh Anas bin Malik, Abdullah bin Umar, Zubair bin Awwam dan `Aishah, istri Nabi saw.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup>Sunuwati, *Hukum Perwakafan* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Pers Tahun 2022), h.13.

Praktek wakaf menyebar pada masa dinasti Umayyah dan Abbasiyah, semua orang antusias mempraktekkan wakaf, dan wakaf tidak hanya untuk fakir dan miskin saja, tetapi wakaf menjadi modal untuk membangun lembaga pendidikan, membangun perpustakaan dan membayar pegawai, gaji guru dan beasiswa kepada siswa. Antusiasme masyarakat terhadap pelaksanaan wakaf telah menarik perhatian negara untuk mengatur pengelolaan wakaf sebagai kawasan membangun solidaritas ekonomi dan sosial masyarakat.<sup>38</sup>

Wakaf pada mulanya hanyalah keinginan seseorang untuk berbuat kebaikan dengan kekayaan yang dimiliki dan dikelola secara individu tanpa aturan yang pasti. Namun, setelah umat Islam merasakan manfaat lembaga wakaf, mereka berkeinginan untuk mengatur wakaf secara tepat. Kemudian dibentuk organisasi pengelola wakaf untuk mengelola, memelihara, dan menggunakan harta wakaf, umumnya sebagai masjid atau secara perorangan atau keluarga. Selama dinasti Umayyah, hakim Mesir adalah Taubah bin Ghar al-Hadramiy selama Kekhalifahan Hisyam bin Abd. Malik. Beliau sangat tertarik dan tertarik dengan perkembangan perwakafan sehingga dibentuk lembaga wakaf tersendiri bersama dengan lembaga lain yang berada di bawah pengawasan hakim. Lembaga wakaf ini pertama kali diterapkan dalam penyelenggaraan wakaf di Mesir, bahkan di semua negara muslim. Saat itu, Hakim Taubah mendirikan organisasi wakaf di Basra. Dari sana, kelola dengan baik fasilitas wakaf di bawah Kementerian Kehakiman dan sebarkan hasilnya kepada penerima manfaat dan mereka yang membutuhkan.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup>Sunuwati, *Hukum Perwakafan*, h.14.

<sup>39</sup>Sunuwati, *Hukum Perwakafan*, h.15.

Pada masa dinasti Abbasiyah, terdapat organisasi wakaf bernama “Shadr al-Wuquuf” yang bertugas mengatur dan menyeleksi personel pengelola wakaf. Dengan demikian, perkembangan wakaf pada masa Dinasti Umayyah dan Abbasiyah agar masyarakat dapat merasakan manfaatnya, sehingga lembaga wakaf berkembang sesuai dengan pengaturan administrasinya.

Pada masa Dinasti Ayyubiyah di Mesir, perkembangan perwakafan cukup mengembirakan, dimana hampir seluruh lahan pertanian menjadi milik wakaf dan semuanya diurus oleh negara dan menjadi milik negara (baitul mal). Ketika Salahuddin Al-Ayyuby memerintah Mesir, ia bermaksud memberikan tanah milik negara kepada lembaga keagamaan dan lembaga sosial, seperti yang telah dilakukan oleh dinasti Fahimiyyah sebelumnya, meskipun dalam fikih Dalam Islam, hukum hibah harta Baitulmal selalu bervariasi di antara para ulama. Yang pertama menganugerahkan tanah milik negara (baitul mal) yang berlatar belakang agama dan sosial adalah Raja Nuruddin Ash-Shahid dengan dikukuhkannya sebuah fatwa yang dikeluarkan oleh seorang ulama saat itu, Ibnu `Ishrun, dan didukung oleh ulama lainnya. Barang milik negara secara hukum dapat (functionsaz), dengan dalil (dalil) melestarikan dan melindungi kekayaan negara. Karena barang milik negara pada dasarnya tidak bisa diwakafkan.

Shalahuddin al-Ayyuby menyumbangkan sejumlah besar tanah milik negara untuk kegiatan pendidikan, seperti sponsor beberapa desa (qaryahs) untuk mengembangkan madrasah ash-Syafi`iyah, madrasah al- Malikiyah dan madrasah al-Hanafiyah dengan pendanaan melalui Kebun dan Model Aset Lahan Pertanian, seperti pembangunan madrasah Syafi`i di samping makam Imam Syafi`i dengan menghibahkan industri kebun pertanian dan Pulau al-Fil.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Sunuwati, *Hukum Perwakafan*, h.16.

Sejak abad ke-15, Kesultanan Utsmaniyah mampu memperluas wilayahnya, sehingga Turki dapat menguasai sebagian besar negara-negara Arab. Kekuasaan politik yang diperoleh Dinasti Utsmaniyah secara otomatis memudahkan penerapan syariat Islam, termasuk peraturan tentang wakaf. Di antara hukum yang berlaku di bawah dinasti Ottoman adalah Peraturan Akuntansi Pelaksanaan Wakaf, yang diundangkan pada 19 Jumadil Akhir 1280 Hijriyah. Undang-undang tersebut mengatur tentang pendaftaran wakaf, sertifikasi wakaf, tata cara pengelolaan wakaf, upaya pencapaian tujuan wakaf, dan pelembagaan wakaf dengan tujuan mewujudkan wakaf dari sisi administrasi dan regulasi.<sup>41</sup>

Pada 1287 Hijriah, sebuah undang-undang diberlakukan yang menjelaskan lokasi Turki Ottoman dan tanah produktif dengan status wakaf. Sejak undang-undang ini diterapkan di negara-negara Arab, masih banyak tanah yang berstatus wakaf dan dilaksanakan sampai sekarang. Sejak zaman Nabi, Khilafah, dan dinasti Islam hingga saat ini, wakaf masih dilakukan dari waktu ke waktu di semua negara muslim termasuk Indonesia. Hal ini terlihat pada kenyataan bahwa lembaga wakaf Islam telah diadopsi (diterima) ke dalam hukum adat bangsa Indonesia sendiri. Selain itu juga merupakan fakta bahwa di Indonesia terdapat banyak benda wakaf, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak.

Jika kita melihat negara-negara Muslim lainnya, wakaf begitu banyak mendapat perhatian sehingga wakaf telah menjadi amal sosial yang mampu memberikan manfaat bagi banyak orang. Sepanjang sejarah, wakaf terus berkembang dan akan selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman dengan berbagai inovasi yang relevan, seperti wakaf uang, wakaf hak kekayaan

---

<sup>41</sup>Sunuwati, *Hukum Perwakafan*, h.17.

intelektual dan lain-lain. Di Indonesia, wakaf saat ini mendapat perhatian yang cukup besar dengan diterbitkannya Undang-Undang Wakaf dengan tujuan untuk mengintegrasikan beberapa peraturan perundang-undangan wakaf yang berbeda.

#### b. Pengertian Wakaf

Kata Wakaf atau *waqf* berasal dari bahasa Arab yaitu *waqafa*. Asal kata *waqafa* dapat berarti menahan, berhenti, diam di tempat atau tetap berdiri. Sedangkan secara terminologi wakaf dapat didefinisikan menahan suatu benda yang menurut hukum merupakan milik si *wakif* dalam rangka mempergunakan manfaatnya untuk kebajikan dan kemaslahatan masyarakat.<sup>42</sup> Pada kedua pengertian ini, maka wakaf dapat didefinisikan sebagai sebuah istilah dalam agama Islam yang mengacu pada tindakan mendonasikan atau menyisihkan suatu properti, aset, atau sebagian kekayaan untuk tujuan amal atau keagamaan.

Adapun menurut istilah, wakaf berarti berhenti atau menahan harta yang dapat diambil manfaatnya tanpa musnah seketika dan untuk penggunaan yang mubah, serta dimaksudkan untuk mendapatkan keridhaan Allah SWT.<sup>43</sup>

Menurut Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, yang dimaksud wakaf adalah perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup>Febrianti, Nurul Izza Rahmadani, and Sulaeman, *Definisi Dan Jenis Manajemen Wakaf*, (Osf.Io, no. 90500119069. 2021).

<sup>43</sup>Ahmad Warson Munawwir, *Al-Munawwir: Kamus Arab-Indonesia Terlengkap, di telaah Ali Ma'shum dan Zainal Abidin Munawwir* (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997), h. 1576.

<sup>44</sup>Republik Indonesia, *Undang-undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf*, Pasal 1.

Arti yang banyak ini memengaruhi para mujtahid dalam membuat definisi tentang wakaf, sebagaimana dibawah ini:

- 1) Menurut Hanafiyah Wakaf adalah menahan benda yang statusnya masih tetap milik waqif (orang yang mewakafkan hartanya), sedangkan yang disedekahkan adalah manfaatnya
- 2) Menurut Malikiyah Wakaf yaitu menjadikan manfaat benda yang dimiliki, baik berupa sewa atau hasilnya untuk diserahkan kepada orang berhak, dengan penyerahan berjangka waktu sesuai dengan kehendak waqif.
- 3) Menurut Syafi'iyah Wakaf merupakan menahan harta yang dapat diambil manfaatnya disertai dengan kekekalan benda, dan harta itu lepas dari penguasaan waqif, serta dimanfaatkan pada sesuatu yang diperbolehkan oleh agama.
- 4) Menurut Hanabilah Wakaf merupakan menahan kebebasan pemilik harta dalam membelanjakan hartanya yang bermanfaat disertai dengan kekekalan benda serta memutus semua hak wewenang atas benda itu, sedangkan manfaatnya dipergunakan dalam hal kebajikan untuk mendekati diri kepada Allah.
- 5) Wakaf menurut Kompilasi Hukum Islam adalah perbuatan hukum seseorang atau kelompok orang atau badan hukum yang memisahkan sebagian dari benda miliknya dan melembagakannya untuk selama-lamanya guna kepentingan ibadah atau kepentingan umum lainnya sesuai dengan ajaran Islam.<sup>45</sup>

Dalam pelaksanaan wakaf, properti atau aset yang didedikasikan biasanya digunakan untuk kepentingan masyarakat atau mendukung kegiatan amal tertentu. Hal ini bertujuan agar aset atau properti yang didedikasikan menjadi tidak dapat diperjualbelikan (*inalienable*), artinya diwariskan, atau dialihkan kepada orang lain.

---

<sup>45</sup>A. Faishal Haq, *Hukum Perwakafan di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 2-3

Hasil dari aset wakaf ini pada umumnya akan digunakan untuk mendukung kegiatan amal yang ditentukan, dan aset asli tetap dipertahankan dan dijaga.

Pada penyelenggaraan wakaf terdapat beberapa persyaratan aset dan properti yang dapat menjadi objek wakaf, antara lain:

- 1) Benda harus memiliki nilai guna. Artinya bahwa tidak sah hukumnya sesuatu yang bukan benda, misalnya hak-hak yang bersangkutan paut dengan benda, seperti hak irigasi, hak lewat, hak pakai dan lain sebagainya. Tidak sah pula mewakafkan benda yang tidak berharga menurut syara', yaitu benda yang tidak boleh diambil manfaatnya, seperti benda memabukkan dan benda-benda haram lainnya.
- 2) Benda tetap atau benda bergerak. Secara garis umum yang dijadikan sandaran golongan *syafi'iyah* dalam mewakafkan hartanya dilihat dari kekekalan fungsi atau manfaat dari harta tersebut, baik berupa barang tak bergerak, barang bergerak maupun barang kongsi (milik bersama).
- 3) Benda yang diwakafkan harus tertentu (diketahui) ketika terjadi akad wakaf. Penentuan benda tersebut bisa ditetapkan dengan jumlah seperti seratus juta rupiah, atau bisa juga menyebutkan dengan nishab terhadap benda tertentu, misalnya separuh tanah yang dimiliki dan lain sebagainya. Wakaf yang tidak menyebutkan secara jelas terhadap harta yang akan diwakafkan tidak sah hukumnya seperti mewakafkan sebagian tanah yang dimiliki, sejumlah buku, dan sebagainya.
- 4) Benda yang diwakafkan benar-benar rela menjadi milik tetap (*al-milk at-tamm*) saat terjadi wakaf. Jika seseorang mewakafkan benda yang bukan atau belum menjadi miliknya, walaupun nantinya akan menjadi miliknya maka hukumnya

tidak sah, seperti mewakafkan tanah yang masih dalam sengketa atau jaminan jual beli dan lain sebagainya.<sup>46</sup>

Pada penetapan syarat-syarat terhadap aset dan properti yang dapat diwakafkan ini dapat disimpulkan bahwa aset atau properti tersebut dapat memiliki nilai guna dalam jangka waktu yang panjang serta tidak menimbulkan problem, khusus dalam hal kepemilikan dengan pihak manapun.

Wakaf memainkan peran yang penting dalam masyarakat Islam, membantu menyediakan pendanaan berkelanjutan untuk berbagai layanan sosial dan lembaga keagamaan. Adapun beberapa tujuan wakaf antara lain: *Pertama*. Wakaf bertujuan untuk kepentingan umum, seperti (tempat) mendirikan mesjid, sekolah, rumah sakit dan amal-amal sosial lainnya. *Kedua*. Untuk menolong fakir miskin, orang-orang terlantar dengan jalan membangun panti asuhan. *Ketiga*. Untuk keperluan anggota keluarga sendiri, walaupun misalnya anggota keluarga itu terdiri dari orang-orang yang mampu. Beberapa contoh aset wakaf yang umum meliputi tanah, bangunan, bisnis, dan dana.<sup>47</sup>

Oleh karena itu, berdasarkan pada tujuan dari wakaf ini maka dapat diasumsikan bahwa tujuan wakaf tidak hanya bersifat individu, tetapi juga berorientasi pada kepentingan umum dan masyarakat secara keseluruhan karena dengan adanya wakaf, masyarakat Islam diharapkan dapat mencapai keberkahan, meningkatkan kualitas hidup, dan membantu meringankan beban bagi mereka yang membutuhkan bantuan.

---

<sup>46</sup>Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat & Wakaf* (Jakarta: Grasindo, 2007). h. 60-61

<sup>47</sup>Guruh Herman Was'an. dkk, *Manajemen Zakat Dan Wakaf* (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023). h. 56

c. Dasar Hukum Wakaf

1) Q.S Al-Baqarah/ 2 : 261

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ  
سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ ۗ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Terjemahnya

Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Mahaluas, Maha Mengetahui.<sup>48</sup>

2) Q.S Ali Imran/ 3: 92.

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Terjemahnya

Kamu tidak akan memperoleh kebajikan, sebelum kamu menginfakkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa pun yang yang kamu infakkan, tentang hal itu sungguh, Allah Maha mengetahui.<sup>49</sup>

3) Q.S Al-Munafiqun/ 63:10

وَأَنْفِقُوا مِنْ مَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ أَحَدَكُمُ الْمَوْتُ فَيَقُولَ رَبِّ لَوْلَا أَخَّرْتَنِي  
إِلَىٰ أَجَلٍ قَرِيبٍ فَأَصَّدَّقَ وَأَكُن مِنَ الصَّالِحِينَ

Terjemahnya

Dan infakkanlah sebagian dari apa yang telah kami berikan kepadamu sebelum kematian datang kepada salah seorang di antara kamu; lalu dia berkata (menyesali), “ya Tuhanku, sekiranya engkau berkenan menunda (kematian) ku sedikit waktu lagi, maka aku dapat bersedekah dan aku akan termasuk orang-orang yang sholeh.”<sup>50</sup>

<sup>48</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h.44.

<sup>49</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h.62.

<sup>50</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h.555.

#### d. Macam-macam Wakaf

##### 1) Wakaf Ahli

Wakaf Ahli yaitu wakaf yang ditunjukkan kepada orang-orang tertentu, seseorang atau lebih, keluarga si wakif atau bukan. Wakaf seperti ini juga disebut Wakaf Dzurri. Apabila ada seseorang yang mewakafkan sebidang tanah kepada anaknya, lalu kepada cucunya, wakafnya sah dan yang berhak yang mengambil manfaatnya adalah mereka yang ditunjuk dalam pernyataan wakaf. Dalam satu segi, wakaf dzurri ini baik sekali, karena si wakif akan mendapat dua kebaikan dari amal ibadah wakafnya, juga kebaikan dari silaturahmi terhadap keluarga yang diberikan harta wakaf.

##### 2) Wakaf Khairi

Wakaf Khairi yaitu wakaf yang secara tegas untuk kepentingan keagamaan atau kemasyarakatan (kebajikan umum), seperti wakaf yang diserahkan untuk keperluan pembangunan masjid, sekolah, jembatan, rumah sakit, panti asuhan anak yatim dan lain sebagainya. Dalam tinjauan penggunaannya, wakaf jenis ini jauh lebih banyak manfaatnya dibandingkan dengan jenis wakaf ahli, karena tidak terbatasnya pihak-pihak yang mengambil manfaat. Jenis wakaf inilah yang sesungguhnya paling sesuai dengan tujuan perwakafan itu sendiri secara umum. Dalam jenis ini juga, si wakif dapat mengambil manfaat dari harta yang diwakafkan itu, seperti wakaf masjid maka si wakif boleh saja beribadah disana, atau mewakafkan sumur, maka si wakif boleh mengambil air dari sumur tersebut sebagaimana yang telah pernah dilakukan oleh Nabi Muhammad saw dan sahabat Ustman bin Affan. Secara substansinya, wakaf inilah yang merupakan salah satu segi dari cara membelanjakannya (memanfaatkan) harta di jalan Allah swt. Tentunya dilihat manfaat kegunaannya merupakan salah satu sarana

pembangunan baik di bidang keagamaan, khususnya peribadatannya, perokonomian, kebudayaan, kesehatan, keamanan dan sebagainya.<sup>51</sup>

### 3) Wakaf Langsung

Wakaf Langsung yaitu wakaf untuk memberi pelayanan langsung kepada orang-orang yang berhak, seperti wakaf masjid yang disediakan sebagai tempat sholat, sekolah, rumah sakit, dll. Pelayanan langsung ini benar-benar dirasakan manfaatnya oleh masyarakat secara langsung dan menjadi modal tetap yang selalu bertambah dari generasi ke generasi. Wakaf seperti ini merupakan aset produktif yang sangat bermanfaat bagi generasi yang akan datang. Wakaf seperti ini bertujuan memberi manfaat langsung kepada semua orang yang berhak atas wakaf tersebut.

### 4) Wakaf Produktif

Wakaf Produktif yaitu wakaf harta yang digunakan untuk kepentingan produksi, baik dibidang pertanian, perindustrian, perdagangan dan jasa manfaatnya bukan pada benda wakaf secara langsung, tetapi dari keuntungan bersih hasil pengembangan wakaf yang diberikan kepada orang-orang yang berhak sesuai dengantujuan wakaf. Dalam hal ini, wakaf produktif diolah untuk menghasilkan barang atau jasa kemudian dijual dan hasilnya sesuai dengan tujuan wakaf.<sup>52</sup>

Wakaf produktif adalah konsep yang sangat strategis dalam mengoptimalkan aset wakaf agar memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan. Berbeda dengan wakaf konvensional yang cenderung bersifat statis, wakaf produktif memungkinkan aset yang diwakafkan dikelola secara

---

<sup>51</sup>Departemen Agama RI, *Fiqih Wakaf* ( Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Wakaf, 2007), h.14.

<sup>52</sup>Suhairi, *Wakaf Produktif*, (Yogyakarta: Kaukaba, 2014), h.13.

profesional sehingga hasilnya dapat digunakan untuk kepentingan sosial, seperti pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat.

e. Wakaf di Indonesia

1) Wakaf di Indonesia

Wakaf merupakan salah satu dana phylantropi islam yang memiliki potensi besar untuk kesejahteraan negara. Potensi ini akan efektif jika pengelolaannya dilaksanakan dengan serius. Indonesia menduduki peringkat sebagai negara dengan potensi wakaf terbesar karena penduduknya mayoritas beragama Islam. Presiden Islamic Development Bank Ahmad Mohammed Ali mengatakan bahwa Badan Wakaf Indonesia memiliki potensi sebagai pusat pergerakan wakaf di Asia Tenggara. Selain itu, beliau mengindikasikan bahwa BWI harus mendirikan Bank Wakaf untuk negara-negara ASEAN yang kemudian dikelola untuk kemaslahatan bersama.<sup>53</sup>

Di indonesia, perkembangan perwakafan mulai berlangsung sekitar tahun 2000-an. Lahirnya UU No.41 tahun 2002 tentang wakaf dan Peraturan pemerintah N0.42 tentang pelaksanaan UU No. 41 Tahun 2002 merupakan jawaban bagi masa depan perwakafan di Indonesia agar dapat lebih diberdayakan secara efisien dan profesional. Berdasarkan data Sistem Informasi Wakaf Kementerian Agama RI yang diakses pada 19 Juni 2022, potensi tanah wakaf di Indonesia mencapai 432.477 lokasi dengan luas 56. 425, 24 hektar dan diantaranya 58.00% tanah bersertifikat. Dari seluruh tanah wakaf yang ada, pemanfaatannya masih didominasi oleh wakaf fisik yang bersifat sosial, diantaranya 43.67% untuk masjid, 27.93% untuk musholla, 10,75% untuk sekolah, 4,36% untuk makam, 4, 02% untuk pesantren, dan 9,27% untuk kegiatan sosial lainnya. Sementara menurut Badan Wakaf Indonesia potensi wakaf tunai mencapai Rp180 triliun per tahun.

---

<sup>53</sup>Sunuwati, *Hukum Perwakafan*, h. 33.

M. Nuh Selaku Ketua badan Wakaf Indonesia juga menyampaikan potensi wakaf di Indonesia mencapai 77 triliun per tahun. Nasution (2012) mengungkapkan bahwa potensi wakaf uang di Indonesia sangat besar, jika 20 juta umat muslim mewakafkan uang 1 juta pertahun, maka potensi wakaf tunai adalah 20 triltun. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Nasution berasumsi bahwa sekitar 20% umat Islam di Indonesia kemungkinan akan mengeluarkan wakaf sekitar Rp1.000.000 per tahun.

Namun, ada beberapa ketimpangan jumlah potensi dengan realisasi dalam pengelolaan wakaf tunai di Indonesia, diantaranya masalah kepercayaan dalam mengelola dana, masalah sumber daya manusia, dan masalah sistem. Selain itu, dalam penelitian empiris yang lain, dikatakan sebab timpangnya jumlah potensi dengan realisasi ini disebabkan karena unit manajemen wakaf (nazhir) yang masih kurang berkompeten dalam manajemen wakaf.<sup>54</sup> Banyak pihak yang optimis memperkirakan bahwa Indonesia memiliki potensi wakaf, baik wakaf dalam bentuk harta tak bergerak (seperti tanah) maupun dalam bentuk harta tak tetap/bergerak (seperti wakaf uang atau wakaf tunai) yang sangat besar.

## 2) Problematika Wakaf di Indonesia

- a. Kuatnya pemahaman kuno umat islam dalam pengelolaan wakaf, seperti adanya anggapan bahwa wakaf hanya milik Allah semata dan tidak dapat diubah/diganggu gugat. Dengan pemahaman ini, banyak tokoh masyarakat atau umat islam yang tidak menganjurkan wakaf dikelola secara produktif. Selain itu, belum sepenuhnya dipahami bahwa wakaf memiliki fungsi sosial yang lebih luas dan tidak terbatas pada ibadah mahdhah.
- b. Kurangnya sosialisasi yang lebih luas terhadap paradigma baru dalam pengembangan wakaf secara produktif. Sosialisasi massif dengan memasukkan

---

<sup>54</sup>Sunuwati, *Hukum Perwakafan*, h. 35.

wakaf sebagaibagian dari instrument pengembangan ekenomi masyarakat merupakan aspek penting dalam pengembangan gagasan wakaf produktif. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang peningkatan pembedayaan wakaf bagi kesejahteraan umum merupakan masalah yang harus diselesaikan secara bersama.

- c. Belum mempunyai persepsi yang sama, peran dan sinergitas para pejabat teknis wakaf di daerah dengan pihak yang terlibat terhadap upaya pemerintah pusat dalam pengembangan wakaf. Para pejabat teknis lebih tertarik pada penanganan yang bersifat linier dibandingkan memasarkan gagasan strategis dalam pengembangan wakaf yang lebih berwawasan sosial.
- d. Nazhir belum propesional sehingga wakaf belum dikelola secara optimal. Posisi nazhir menempati peran sentral dalam mewujudkan tujuan wakaf yang ingin melindungi kepentingan wakaf. Profesionalisme nazhir di Indonesia masih tergolong lemah.<sup>55</sup> sebagian besar karena faktor kepercayaan masyarakat, sedangkan kompetensi minimal sebagai pengelola wakaf secara produktif belum banyak dimiliki.
- e. Lemahnya kemitraan dan kerjasama antara stake holders wakaf untuk menjalin kekuatan internal umat islam dalam mengelola dan mengembangkan wakaf secara produktif, seperti organisasi massa islam, kalangan intelektual, LSM, tokoh agama, termasuk aparat pemerintah. Kemitraan mereka lebih pada upaya-upaya yang masih bersifat artifisial yang belum menyentuh pada aspek kerja sama konkrit, terencana dan massif.
- f. Perekenomian dunia berfluktuatif akibat runtuhnya perekonomian negara adi kuasa (amerika serikat) yang berpengaruh besar terhadap perkembangan perekenomian dunia. Pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap

---

<sup>55</sup>Sunuwati, *Hukum Perwakafan*, h. 62.

pertumbuhan ekonomi mikro dan makro suatu negara. Bahkan berdampak pada aspek-aspek non ekonomi, khususnya politik.<sup>56</sup>

- g. Sedikit inisiator (promotor) muslim yang membuka akses kepada para investor dari Timur Tengah yang memiliki modal besar. Banyaknya aset wakaf yang dimiliki umat Islam Indonesia akan menjadi daya Tarik bagi pembangunan yang lebih lebih produktif dengan menarik investor asing yang memiliki andil dalam pengembangan wakaf.

### C. Kerangka Teoritis Penelitian

Kerangka teoritis merupakan landasan ilmiah yang digunakan peneliti untuk memahami, menjelaskan, dan menganalisis fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, kerangka teoritis disusun berdasarkan teori-teori yang relevan dengan komunikasi persuasif dan wakaf.

#### 1. Teori Komunikasi

Komunikasi merupakan elemen penting dalam menyelesaikan permasalahan sosial, termasuk dalam pengelolaan tanah wakaf. Tanah wakaf kerap menghadapi problematika seperti sengketa waris, ketidakjelasan status hukum, hingga lemahnya administrasi. Untuk itu, komunikasi yang efektif antara pihak-pihak terkait nazhir, ahli waris, pengurus masjid, dan masyarakat sangat diperlukan dalam menyelesaikan permasalahan ini. Berikut teori Komunikasi yang digunakan dalam proses penyelesaian problematika wakaf.

- a. **Teori Komunikasi Lasswell** (*Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*)

Teori komunikasi dari Harold D. Lasswell menjelaskan komunikasi dalam lima elemen utama: siapa yang berbicara, apa yang dikatakan, saluran

---

<sup>56</sup>Sunuwati, *Hukum Perwakafan*, h. 63.

komunikasi apa yang digunakan, kepada siapa pesan disampaikan, dan apa dampaknya. Dalam konteks dakwah untuk meminimalisir masalah tanah wakaf, penerapan teori Lasswell adalah sebagai berikut.<sup>57</sup>

1) *Who* (Siapa yang berbicara)

Komunikator dalam konteks ini adalah individu atau institusi yang memiliki otoritas dan kepercayaan publik, seperti da'i, tokoh agama, penyuluh agama Islam, nazhir wakaf, serta pejabat dari Kementerian Agama atau Badan Wakaf Indonesia. Kredibilitas mereka sangat penting untuk menjamin bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipatuhi oleh masyarakat.

2) *Says What* (Apa yang dikatakan):

Pesan dakwah harus bersifat edukatif, informatif, dan persuasif. Konten yang disampaikan mencakup: Pentingnya menjaga dan melegalkan tanah wakaf. Prosedur hukum yang sah terkait perwakafan (seperti pendaftaran di BPN). Konsekuensi hukum jika tanah wakaf tidak dikelola dengan benar. Nilai ibadah dan sosial dari pelestarian tanah wakaf. Ajakan kolaboratif kepada masyarakat untuk menyelesaikan sengketa wakaf secara damai dan hukum.

3) *In Which Channel* (Melalui saluran komunikasi apa):

Saluran yang digunakan bisa berupa khutbah, ceramah agama, seminar, atau media sosial yang semakin populer dalam menjangkau masyarakat luas.

4) *To Whom* (Kepada siapa pesan disampaikan):

Audiens yang menjadi sasaran adalah masyarakat umum, ahli waris, pengurus masjid, dan pihak terkait lainnya yang memiliki kepentingan

---

<sup>57</sup>Harold D. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, (1948).

terhadap tanah wakaf.

5) *With What Effect* (Dengan dampak apa):

Dampaknya diharapkan adalah meningkatnya kesadaran hukum, tercapainya legalisasi tanah wakaf, dan partisipasi aktif masyarakat dalam penyelesaian masalah tanah wakaf.<sup>58</sup>

Melalui pendekatan teori komunikasi Harold D. Lasswell, dakwah tentang tanah wakaf dapat dirancang lebih strategis, terarah, dan terukur. Tidak hanya sekadar menyampaikan pesan agama, tetapi juga menyentuh aspek hukum, sosial, dan teknologi komunikasi. Pemahaman tentang siapa yang berbicara, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan dampak apa menjadi kerangka kerja yang efektif untuk menjawab tantangan dakwah kontemporer, terutama dalam isu-isu kompleks seperti permasalahan wakaf.

## 2. Teori Medan Dakwah

### a. Teori Medan Dakwah

Teori Medan dalam Dakwah (Inspirasi dari Teori Medan Kurt Lewin)<sup>59</sup> Kurt Lewin, seorang psikolog sosial, mengembangkan teori medan (*field theory*) yang menjelaskan perilaku manusia dipengaruhi oleh lingkungan atau medan sosialnya. Teori ini diterapkan dalam konteks dakwah untuk memahami bagaimana dinamika sosial, budaya, dan individu memengaruhi keberhasilan dakwah.

Keadaan teologis, kultural, dan struktural *Mad'u* pada saat pelaksanaan dakwah Islam dijelaskan dengan teori medan dakwah. Upaya seorang Muslim

<sup>58</sup>Harold D. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, (1948).

<sup>59</sup>Kurt Lewin adalah seorang psikolog Jerman-Amerika yang dianggap sebagai salah satu pionir modern di bidang psikologi sosial, psikologi organisasi, dan psikologi terapan di Amerika Serikat dan bahkan dianggap sebagai Bapak Psikologi Sosial.

untuk memperbaiki masyarakat, keluarga, dan individu dikenal dengan dakwah Islam. dengan secara konsisten menegakkan yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar.

Dalam menjalankan dakwahnya, setiap da'i selalu menjumpai struktur dan sistem sosial yang sudah mencakup *al-mala*, atau golongan penguasa, *al-mutrafin*, atau penguasa ekonomi masyarakat konglomerat, dan *al-mustad'afin*, atau mereka yang haknya biasanya dilanggar atau dilemahkan. Keinginan subjektif dari alam biasanya tunduk pada keinginan pribadi manusia, atau yang dikenal sebagai nafsu, yang menentukan semua orientasi kehidupan. Sunnatullah menegaskan bahwa seseorang atau sekelompok orang yang dipandang oleh masyarakat hukum mempunyai kelebihan tertentu akan mempunyai kedudukan otoritas yang dominan dalam masyarakat. Tanpa dukungan dari aghniya, atau mereka yang dapat memenuhi keinginannya atau memiliki kemampuan mengatur perekonomian masyarakat, kekuatan dan kepemimpinan masyarakat akan cepat melemah. *Al-mustad'afin*, kaum yang serba berkekurangan dan dirancang untuk tetap lemah, lahir dari pola kerjasama antara *al-mala* dan *al-mutrafin*. Berdasarkan struktur sosial di atas, orang *Mad'u* mempunyai kecenderungan terhadap *al-mala* dan *al-mutrafin* ketika bereaksi terhadap dakwah, yang menurut sebagian orang tidak menyenangkan.<sup>60</sup>

Sementara itu, *al-Musthad'afin* mendapat tanggapan positif dalam dakwah Islam. Sebab, hak-hak mereka melemah dan hati mereka bersih sehingga sulit melakukan kejahatan dengan sengaja. Hasilnya, mereka mudah menerima ajaran Islam.

---

<sup>60</sup>Mita Purnamasari, Arif Mulyawan Thariq, Peran Media dalam Pengembangan Dakwah Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Muttaqin Purwakarta, Artikel Jurnal, diakses pada 2 Juli 2021.

## b. Unsur-Unsur Medan Dakwah

Dalam pelaksanaan dakwah, pemahaman terhadap medan dakwah sangat penting agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif dan tepat sasaran. Medan dakwah mencakup berbagai unsur yang saling berkaitan, antara lain.<sup>61</sup>

### 1) Objek Dakwah

Objek dakwah adalah individu atau kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dari kegiatan dakwah. Dalam konteks tanah wakaf masjid, objek dakwah dapat berupa nazhir, ahli waris, pengurus masjid, dan masyarakat sekitar. Pemahaman terhadap karakteristik objek dakwah, seperti tingkat pendidikan, pemahaman agama, latar belakang sosial, dan budaya, menjadi kunci dalam menentukan pendekatan yang tepat.

### 2) Subjek Dakwah

Subjek dakwah adalah pihak yang menyampaikan pesan dakwah, seperti da'i, tokoh agama, nazhir, atau pihak yang berkompeten dalam bidang wakaf. Subjek dakwah memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi secara jelas, kredibel, dan komunikatif. Kredibilitas subjek dakwah akan sangat memengaruhi penerimaan pesan oleh objek dakwah.

### 3) Materi Dakwah

Materi dakwah adalah isi atau konten pesan yang disampaikan. Dalam konteks meminimalisir problematika tanah wakaf, materi dakwah dapat mencakup pentingnya legalisasi tanah wakaf, prosedur administrasi wakaf yang sesuai hukum, manfaat wakaf bagi umat, dan bahaya hukum akibat konflik atau kelalaian dalam pengelolaan wakaf.

---

<sup>61</sup>A. Thoha, *Strategi Dakwah Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), h. 45–60.

#### 4) Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan pendekatan atau cara yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Metode yang digunakan dapat bersifat lisan, tulisan, visual, atau digital, tergantung pada karakteristik objek dakwah. Metode yang umum digunakan meliputi ceramah, diskusi kelompok, seminar, dan pemanfaatan media sosial.

#### 5) Media Dakwah

Media dakwah adalah sarana penyampaian pesan dakwah. Pemilihan media harus disesuaikan dengan kondisi objek dakwah. Media yang dapat digunakan dalam dakwah wakaf meliputi khutbah Jumat, majelis taklim, brosur, video edukatif, dan platform digital seperti YouTube, Instagram, atau WhatsApp.

#### 6) Situasi dan Kondisi Medan Dakwah

Situasi dan kondisi mencakup keadaan sosial, ekonomi, budaya, dan psikologis masyarakat. Di banyak kasus, problematika wakaf muncul karena masyarakat belum memahami urgensi pencatatan hukum tanah wakaf. Oleh karena itu, strategi dakwah harus mempertimbangkan sensitivitas sosial, potensi konflik, serta pola pikir masyarakat setempat.

#### 7) Hambatan Dakwah

Hambatan dakwah adalah segala bentuk tantangan atau rintangan dalam proses penyampaian pesan. Hambatan ini dapat berupa rendahnya literasi hukum wakaf, konflik kepentingan, ketidakpercayaan masyarakat terhadap pengelola wakaf, hingga birokrasi yang rumit. Mengidentifikasi hambatan ini memungkinkan da'i merumuskan pendekatan komunikasi yang lebih efektif.

### 8) Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah mengandung arah yang harus ditempuh serta luasnya cakupan aktifitas dakwah yang dapat dikerjakan, maka dapat dipahami bahwa tujuan ialah suatu yang diharapkan tercapai setelah suatu usaha atau kegiatan selesai. Ada empat tujuan komunikasi yaitu perubahan sosial, perubahan sikap, perubahan pendapat dan perubahan perilaku.<sup>62</sup>

Dengan memperhatikan unsur-unsur medan dakwah secara menyeluruh, seorang da'i dapat merancang strategi yang lebih tepat sasaran dan kontekstual. Pemahaman terhadap objek, subjek, materi, metode, media, hingga hambatan dakwah memungkinkan proses penyampaian pesan berjalan efektif, khususnya dalam konteks penyelesaian problematika tanah wakaf yang kompleks. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah bukan hanya persoalan retorika, melainkan juga strategi komunikasi yang terencana dan responsif terhadap kondisi sosial.

## 3. Analisis SWOT

### a. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu alat dalam manajemen strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan suatu organisasi, program, atau kegiatan. SWOT merupakan akronim dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Keempat aspek ini dianalisis untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal suatu organisasi agar dapat merumuskan strategi yang relevan dan adaptif terhadap tantangan maupun peluang yang ada.

---

<sup>62</sup>Muhammad Qadaruddin, *pengantar Ilmu dakwah* ( Cv. Penerbit Qiara media : 2019 ), h.15.

Menurut Freddy Rangkuti, "Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.<sup>63</sup> Pendekatan ini menekankan pentingnya pemahaman konteks internal dan eksternal dalam menyusun langkah-langkah strategis. Sementara itu, Pearce dan Robinson menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan alat dasar dalam proses perencanaan strategis yang membantu organisasi dalam memahami posisi kompetitif dan arah pergerakan ke depan dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan kapabilitas internalnya.<sup>64</sup> SWOT juga sering digunakan untuk menilai kelayakan dan kesiapan program atau kebijakan sebelum diterapkan.

Analisis ini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis, sebab dapat menunjukkan kekuatan apa yang dapat dipertahankan dan dikembangkan, kelemahan apa yang harus diperbaiki, peluang mana yang bisa dimanfaatkan, serta ancaman apa yang harus diantisipasi. Dengan demikian, SWOT bukan sekadar alat analisis, melainkan juga bagian integral dari manajemen strategis yang menyeluruh.

Dalam konteks sosial keagamaan seperti pengelolaan wakaf, pendekatan SWOT sangat relevan digunakan. Misalnya, kekuatan bisa dilihat dari peran tokoh agama, kelemahan berupa kurangnya literasi hukum wakaf, peluang dari dukungan kebijakan pemerintah, dan ancaman berupa konflik atau ketidaktahuan masyarakat. Oleh karena itu,

---

<sup>63</sup>Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 19.

<sup>64</sup>John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*, (New York: McGraw-Hill, 2011), h. 11.

pemahaman terhadap konsep analisis SWOT menjadi penting untuk merumuskan strategi komunikasi yang efektif dan tepat sasaran dalam meminimalisir problematika wakaf.

b. Komponen Analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari empat komponen utama, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Keempat unsur ini saling melengkapi dalam menggambarkan kondisi internal dan eksternal suatu organisasi, program, atau kegiatan.<sup>65</sup> Komponen-komponen tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang tepat, karena mampu menunjukkan secara objektif posisi dan potensi yang dimiliki oleh organisasi atau pelaksana program di tengah tantangan lingkungan yang dinamis.

1) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan segala bentuk keunggulan internal yang dimiliki organisasi atau pelaku program yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung tercapainya tujuan. Kekuatan bisa berupa kualitas sumber daya manusia yang memadai, reputasi lembaga yang sudah dipercaya masyarakat, adanya dukungan infrastruktur, atau jaringan kerja sama yang luas.<sup>66</sup> Dalam konteks lembaga keagamaan atau pengelolaan wakaf, kekuatan bisa muncul dari keberadaan tokoh agama yang dihormati, kepercayaan masyarakat terhadap institusi seperti KUA, atau adanya pengalaman panjang dalam pengelolaan administrasi wakaf.

---

<sup>65</sup>Thomas L. Wheelen & J. David Hunger, *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability, 13th ed.* (New Jersey: Pearson Education, 2012), h. 115.

<sup>66</sup>Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h. 20.

## 2) Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah faktor internal yang menjadi penghambat atau kendala dalam pelaksanaan program. Kelemahan ini perlu dikenali dan diatasi karena dapat mengurangi efektivitas strategi yang dijalankan. Misalnya, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang hukum wakaf, lemahnya kapasitas nadzir dalam mengelola aset, terbatasnya anggaran operasional, atau minimnya penggunaan teknologi dalam proses pendataan dan pelayanan.<sup>67</sup> Kelemahan yang tidak diantisipasi dapat menjadi celah yang dimanfaatkan oleh pihak luar dan berpotensi menimbulkan konflik.

## 3) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah faktor eksternal yang apabila dimanfaatkan secara optimal, dapat memperkuat posisi organisasi atau program. Peluang sering kali hadir dari perubahan kebijakan, perkembangan teknologi, atau meningkatnya partisipasi masyarakat. Dalam bidang wakaf, peluang bisa berasal dari adanya regulasi pemerintah yang mendukung sertifikasi tanah wakaf, program digitalisasi data wakaf, atau meningkatnya kesadaran umat Islam akan pentingnya wakaf sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi dan sosial.<sup>68</sup> Peluang-peluang ini membuka ruang besar bagi lembaga keagamaan untuk memperkuat pendekatan komunikasi persuasif dalam pengelolaan wakaf.

## 4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan tantangan eksternal yang dapat menghambat keberhasilan program. Ancaman dapat berasal dari kondisi sosial, hukum,

---

<sup>67</sup>John A. Pearce II & Richard B. Robinson, *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*, h. 11.

<sup>68</sup>Fred R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases*, (New Jersey: Pearson Education, 2017), h. 92.

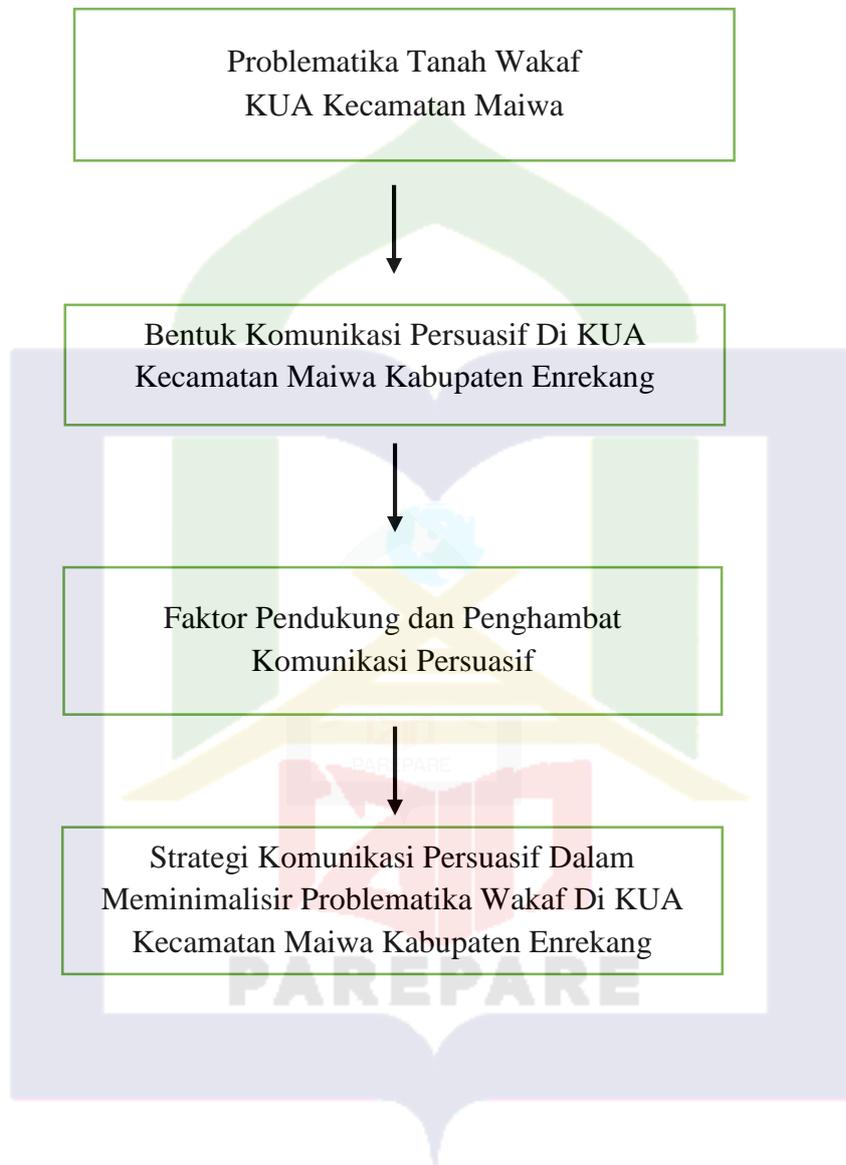
budaya, maupun politik yang tidak kondusif. Dalam pengelolaan wakaf, ancaman bisa berupa konflik antara ahli waris dan nadzir, tidak adanya kejelasan status hukum tanah, resistensi dari sebagian masyarakat yang belum memahami pentingnya legalisasi wakaf, atau lemahnya koordinasi antar lembaga terkait. Ancaman ini harus dikenali sejak awal agar dapat diantisipasi melalui strategi komunikasi yang tepat, kolaborasi lintas sektor, dan pendekatan yang bijaksana.<sup>69</sup>

Dengan memahami secara mendalam keempat komponen SWOT tersebut, organisasi atau lembaga dapat menyusun strategi komunikasi yang adaptif, realistis, dan berorientasi pada solusi. Keberhasilan strategi sangat ditentukan oleh kemampuan dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang, sekaligus mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman.

---

<sup>69</sup>Ansoff, H. Igor, *Strategic Management*, (London: Macmillan, 1987), h. 121.

#### D. Bagan Kerangka Teori



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Untuk memperoleh tingkatan validasi data penelitian sesuai yang diharapkan, maka penelitian ini menggunakan metode:

##### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif juga sering disebut metode penelitian naturalistik. Hal ini didasarkan pada kondisinya yang alamiah. Artinya apa yang menjadi objek penelitian bukanlah sesuatu yang dimanipulasi karena memang berkembang apa adanya, sehingga kehadiran peneliti nantinya tidak akan terlalu mempengaruhi dinamika dari objek yang diteliti.<sup>70</sup>

Penelitian kualitatif juga ini menghasilkan data dalam bentuk deskriptis berupa kata-kata dalam bentuk lisan dan tulisan dari orang-orang dan perilaku mereka yang diamati. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yakni menganalisis dan menggambarkan secara objektif dan akurat tentang aktifitas, peristiwa, dan kondisi penelitian.<sup>71</sup> Deskriptif juga dapat didefinisikan sebagai suatu penelitian yang bertujuan memberikan penggambaran terhadap suatu fakta secara sistematis, faktual, ilmiah, analisis dan akurat.<sup>72</sup>

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan sosiologi komunikasi dalam bentuk studi kasus (*case study*) dalam arti bahwa peneliti menghimpun data yang berhubungan dengan peristiwa, aktivitas atau individu.<sup>73</sup> Pendekatan studi kasus

---

<sup>70</sup>Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001). h. 163

<sup>71</sup>Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009). h. 130

<sup>72</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metologi Penelitian*, 3rd ed. (Jakarta: Bumi Aksara, 2001). h. 44

<sup>73</sup>Adnan Mahdi dan Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2014). h. 126

(*case study*) terhadap bentuk efektifitas komunikasi persuasif, faktor pendukung dan penghambat, serta strategi komunikasi yang digunakan para penyuluh agama, tokoh agama dan pemerintah untuk mengoptimalkan pola komunikasi persuasif dalam penyelesaian problematika wakaf di wilayah kecamatan Maiwa.

## 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan studi kasus dan deskriptif kualitatif. Penelitian studi kasus (*case study*) didefinisikan sebagai salah satu penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki dan menjawab pertanyaan penelitian yang spesifik dari berbagai macam bukti, yang ada di dalamnya terdapat pengaturan kasus, dan harus disusun untuk mendapatkan jawaban terbaik dalam penelitian.<sup>74</sup>

Studi kasus berupaya menggali suatu masalah yang muncul di tengah-tengah masyarakat dengan penggunaan batasan-batasan yang jelas, data yang mendalam beserta sumber informasi yang akurat dan tepat. Paradigma di dalam studi kasus dapat berfokus pada analisis naturalistik, holistik, kebudayaan dan fenomenologi di masyarakat. Pendekatan studi kasus menghasilkan data untuk dianalisis agar dapat menemukan teori baru.

Fakta/ bukti adalah komponen utama dalam melakukan studi kasus. Hal ini disebabkan karena melalui bukti di lapangan, peneliti dapat memperoleh rujukan tentang penyebab, proses, dan dampak yang ditimbulkan terhadap sebuah kasus yang terjadi.

### B. Paradigma Penelitian

Dalam suatu penelitian, setiap peneliti menggunakan cara pandang atau paradigma yang berbeda-beda. Adapun maksud dari paradigma adalah seperangkat keyakinan dasar sebagai sistem filosofis utama, induk atau payung yang merupakan

---

<sup>74</sup>Bill Gillham, *Case Study Research Methods* (London: Paston Pre Press Ltd, 2000). h. 2

konstruksi manusia (bukan konstruksi agama) yang memandu manusia dalam penelitian ilmiah untuk sampai pada kebenaran realitas dalam disiplin ilmu tertentu.<sup>75</sup>

Dalam penelitian melihat paradigma yang berorientasi pada proses dinamis yang tidak terikat perlakuan tunggal yang ketat, tetapi lebih fokus pada realitas yang terjadi. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma alamiah atau *naturalistic paradigm* yang mengasumsikan bahwa kenyataan-kenyataan empiris terjadi dalam suatu konteks sosio-kultural yang saling terkait satu sama lain, karena itu setiap fenomena sosial diungkapkan secara holistik.<sup>76</sup>

Paradigma naturalistik digunakan untuk mengasumsikan bahwa perilaku dan makna yang dianut sekelompok orang yang bekerja di Instansi Pemerintah Kecamatan Maiwa, baik Instansi Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa, pemerintah Tingkat Kecamatan Maiwa hingga pemerintah tingkat desa, menerapkan strategi komunikasi persuasif dalam rangka mentransformasikan pesan dakwah untuk mengoptimalkan dan meminimalisir problematika wakaf tanah masjid di wilayah Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang. Oleh karena itu hal-hal yang menarik dapat membuat penelitian ini dapat melihat situasi yang ada di dalam proses menyelesaikan berbagai macam hambatan dan problematika Tanah wakaf Masjid di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang.

### C. Sumber Data

Sumber data pada penelitian mengacu pada dari mana data-data penelitian dapat diperoleh.<sup>77</sup> Penelitian kualitatif ini ditentukan secara *purposive*, yaitu suatu

---

<sup>75</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), h. 33

<sup>76</sup>M. Sayuthi Ali, *Metodologi Penelitian Agama: Pendekatan Teori dan Praktek* (Bandung: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 59

<sup>77</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003). h. 107

teknik pengambilan sumber data berdasarkan pertimbangan rasional bahwa informanlah yang memiliki otoritas dan kompetensi untuk memberikan informasi atau data sesuai dengan yang peneliti harapkan.<sup>78</sup> Kriteria dari informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para penyuluh di Kantor Urusan Agama Kec. Maiwa, tokoh agama dan tokoh pemerintah, Nadzir dan wakif serta Pengurus Masjid di wilayah Kecamatan Maiwa. Sumber data penelitian yang digunakan terbagi atas dua yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari sumbernya berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah informasi yang didapatkan dari beberapa unsur *stakeholder* dan masyarakat di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang. Seperti, pimpinan dan penyuluh agama Islam di Kantor urusan agama Kec. Maiwa, tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh pemerintah nadzir dan wakif tanah wakaf masjid, pengurus masjid.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai literature seperti buku, jurnal, berita dan karya ilmiah lainnya yang relevan dengan penelitian.

#### **D. Waktu dan Lokasi Penelitian**

##### **1. Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan selama 60 hari kerja atau dapat bertambah sesuai kondisi dan ketersediaan data yang diperoleh di lapangan

##### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang, provinsi Sulawesi Selatan.

---

<sup>78</sup>Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama*. h. 132

## E. Instrumen Penelitian

Untuk melaksanakan penelitian, peneliti menggunakan instrument penelitian yang bertujuan untuk lebih memudahkan peneliti mendapatkan informasi seperti yang diharapkan serta menghasilkan data yang dapat dipertanggungjawabkan. Adapun yang menjadi instrument utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dan jenis instrumen lain yang dijadikan sebagai instrument penelitian antara lain:

1. Instrumen pedoman wawancara, instrument ini digunakan dalam mengumpulkan data melalui daftar pertanyaan yang akan ditanyakan terhadap informan.
2. Instrumen pedoman observasi, sama dengan instrumen wawancara, instrumen observasi ini juga berisi tentang poin-poin yang akan diamati langsung oleh peneliti.
3. Instrumen *tape recorder dan handphone*, instrumen ini digunakan dalam mengumpulkan data melalui rekaman suara wawancara dengan informan.
4. Instrumen kamera, instrumen ini digunakan dalam mengumpulkan data melalui foto bersama informan.

## F. Tahap Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau metode yang digunakan dalam mengumpulkan data sesuai dengan kebutuhan penelitian. Ada empat tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini.

### 1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap sebelum peneliti terjun ke lapangan dan melakukan penelitian yang disebut juga dengan tahapan persiapan. Pada tahap pra lapangan ini ada enam kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti kualitatif, yang mana dalam tahapan ini ditambah dengan satu pertimbangan yang perlu

dipahami, yaitu etika penelitian lapangan.<sup>79</sup> Sedangkan kegiatan dan pertimbangan tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a) Menyusun rancangan penelitian, rancangan penelitian ini akan dijabarkan sendiri secara detail agar mudah dimengerti dan selanjutnya dapat dijadikan patokan oleh penelitian kualitatif.
- b) Mengurus surat perizinan, dalam hal ini peneliti mengurus perizinan penelitian di bagian akademik Pascasarjana IAIN Parepare dan diajukan kepada Pemerintah Kabupaten Enrekang.
- c) Menjajaki dan menilai lokasi penelitian, tahap ini baru pada tahap orientasi lapangan belum sampai pada pengumpulan data yang seharusnya. Penjajakan dan penilaian lokasi penelitian ini akan baik sempurna bila peneliti banyak mengenal dan mengetahui dari konsultasi penelitian yang terkait dengan situasi dan kondisi lapangan.
- d) Memilih dan memanfaatkan informan, hal ini dilakukan karena membantu agar cepat dan teliti dalam melakukan analisis.
- e) Menyiapkan perlengkapan penelitian, peneliti hendaknya menyiapkan tidak hanya perlengkapan fisik tetapi segala macam perlengkapan penelitian yang diperlukan, terutama pada wawancara dengan informan mulai dari tape recorder, kamera, peralatan tulis dan lainnya yang dibutuhkan oleh penelitian.
- f) Etika penelitian merupakan hal yang penting dalam penelitian karena jika dalam melakukan penelitian ini peneliti tidak bisa menjaga etikanya, maka bisa berpengaruh terhadap instansi yang dibawa oleh peneliti. Peneliti harus

---

<sup>79</sup>M. Djuanaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014). h. 141-149

menjaga hubungan baik antara peneliti dengan orang-orang yang berada di lokasi penelitian.

## **2. Tahap Pekerjaan Lapangan**

Pada tahap pekerjaan lapangan ini, fokus peneliti pada bagaimana mengumpulkan data sebanyak dan seakurat mungkin karena hal ini akan sangat mempengaruhi hasil dari penelitian.

## **3. Tahapan Analisis Data**

Data yang terhimpun dari kegiatan pengumpulan data mungkin terlalu sedikit jumlahnya, mungkin juga terlalu besar. Walaupun telah mencakupi jumlahnya, data atau informasi harus diolah atau diproses agar menjadi informasi bermakna. Dalam mengelola data diperlukan ketelitian dan kecermatan tersendiri dari peneliti. Dalam setiap proses data pasti ada prosedur reduksi, yaitu penyederhanaan data. Data yang sudah disederhanakan ini dapat ditafsirkan dan ditarik kesimpulan.

## **4. Laporan**

Penulisan laporan merupakan hasil akhir dari suatu penelitian secara tertulis, terskema dengan baik, sistematis dan dapat dipertanggung jawabkan di hadapan public.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara atau metode yang digunakan dalam mengumpulkan data sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) perlu dilakukan sebagai studi permulaan atau penjelasan umum di lokasi penelitian guna menentukan fokus penelitian. Penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci (*tick description*) makna

subjektif terhadap bentuk dakwah, public relation, partisipasi masyarakat dan efektifitas Komunikasi Persuasif dari subjek yang diteliti.

2. Observasi, dilakukan dengan cara dengan mengamati secara keseluruhan objek penelitian tentang latar belakang terjadinya suatu peristiwa tanpa mengubahnya sedikitpun. Tujuan dari teknik ini, yaitu untuk mengamati dan memahami perilaku individu atau sekelompok orang dalam situasi tertentu.<sup>80</sup> Observasi dilakukan sebagai jalan dalam melakukan pendekatan studi kasus yang berkaitan dengan efektifitas komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika Wakaf di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.
3. Dokumentasi, dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mengamati dokumen-dokumen dalam bentuk catatan peristiwa yang telah berlalu baik berupa tulisan, gambar maupun video yang digunakan sebagai pelengkap dalam mengaplikasikan metode observasi.<sup>81</sup> Dokumentasi ini diperoleh dari berupa foto-foto, catatan-catatan kecil mengenai penyelenggaraan zakat dan wakaf dan hal-hal tertulis lainnya sebagai dokumentasi penelitian sesuai dengan perizinan dari subjek/informan yang diteliti

#### **H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Teknik pengolahan dan analisis data merupakan cara untuk mencari dan mengatur secara sistematis berbagai data yang telah terhimpun untuk menambah pemahaman terhadap suatu objek yang diteliti. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa teknik pengolahan dan analisis data adalah suatu cara atau strategi yang ditempuh untuk mencari kesempurnaan suatu data dengan cara mengatur data secara sistematis

---

<sup>80</sup>Adnan Mahdi dan Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. h. 127

<sup>81</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Banda Aceh: CV. Alfabeta, 2012).h. 240

dari berbagai data yang telah diperoleh guna mendapatkan pemahaman dari suatu objek yang diteliti. Adapun analisis data melalui tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi data, yaitu pemilihan, pemusatan perhatian untuk tujuan penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis hasil observasi.
2. Display data, yaitu seperangkat informasi yang terorganisir, yang memungkinkan dilakukan penarikan simpulan atau pengambilan tindakan sehingga data yang telah terorganisir dan tersusun dalam sebuah pola akan semakin memudahkan untuk dipahami.
3. Verifikasi atau penarikan kesimpulan, yaitu penarikan makna dari data yang muncul dengan meibatkan pemahaman dari peneliti. Proses verifikasi ini berlangsung setelah data dipolakan, difokuskan atau disusun secara sistematis dalam bentuk naratif.<sup>82</sup>

Pada penelitian ini, akan menggunakan pendekatan *case study* (study kasus) sehingga analisis yang dilakukan secara terperinci akan menggunakan cara sebagai berikut:

1. Mengorganisir informasi.
2. Membaca keseluruhan informasi dan memberikan kode.
3. Membuat uraian terperinci mengenai kasus dan konteksnya.
4. Menetapkan pola dan mencari hubungan-hubungan antara beberapa kategori.
5. Melakukan interperetasi dan mengembangkan generalisasi natural dari kasus.
6. Menyampaikan secara naratif.

---

<sup>82</sup>Adnan Mahdi dan Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. h. 138-139

## I. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Proses pengujian keabsahan data bertujuan untuk memeriksa kembali kekelengkapan data dan tingkat *validasi* dari data yang telah dikumpulkan. Pengujian keabsahan data dapat dilakukan dengan cara kredibilitas, transferabilitas, depenabilitas dan konfirmabilitas.<sup>83</sup>

### 1. Kredibilitas

Kredibilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat keakuratan dari sudut pandang seorang peneliti, partisipan atau pembaca. Keakuratan data yang diperoleh dapat menjamin tingkat kredibilitas dari sebuah penelitian. Beberapa langkah yang dapat dilakukan, antara lain:

- a. Melakukan triangulasi kepada sumber-sumber data yang berbeda dengan memeriksa bukti-bukti yang berasal dari sumber data dan menggunakannya untuk membangun justifikasi tema secara koheren.
- b. Melakukan *member check* untuk mengetahui akurasi data penelitian.
- c. Membuat deskripsi penelitian yang kaya dan padat isi.
- d. Mengklarifikasi bias-bias yang kemungkinan akan dibawa oleh peneliti.
- e. Memanfaatkan waktu yang relative lama di lokasi penelitian.
- f. Melakukan tanya jawab dengan sesama peneliti.
- g. Mengajak auditor untuk mereview semua hasil penelitian.

Berdasarkan atas langkah-langkah untuk memperoleh kredibilitas data yang maksimal, setiap data yang diperoleh sebelum dan sesudah dilampirkan di dalam penelitian, setiap saat perlu pengecekan kembali.

### 2. Transferabilitas

Transferabilitas berhubungan dengan hasil penelitian yang memberikan gambaran tingkatan uraian penelitian secara rinci, jelas, sistematis, dan jujur. Hasil

---

<sup>83</sup>Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama*. h. 140-141

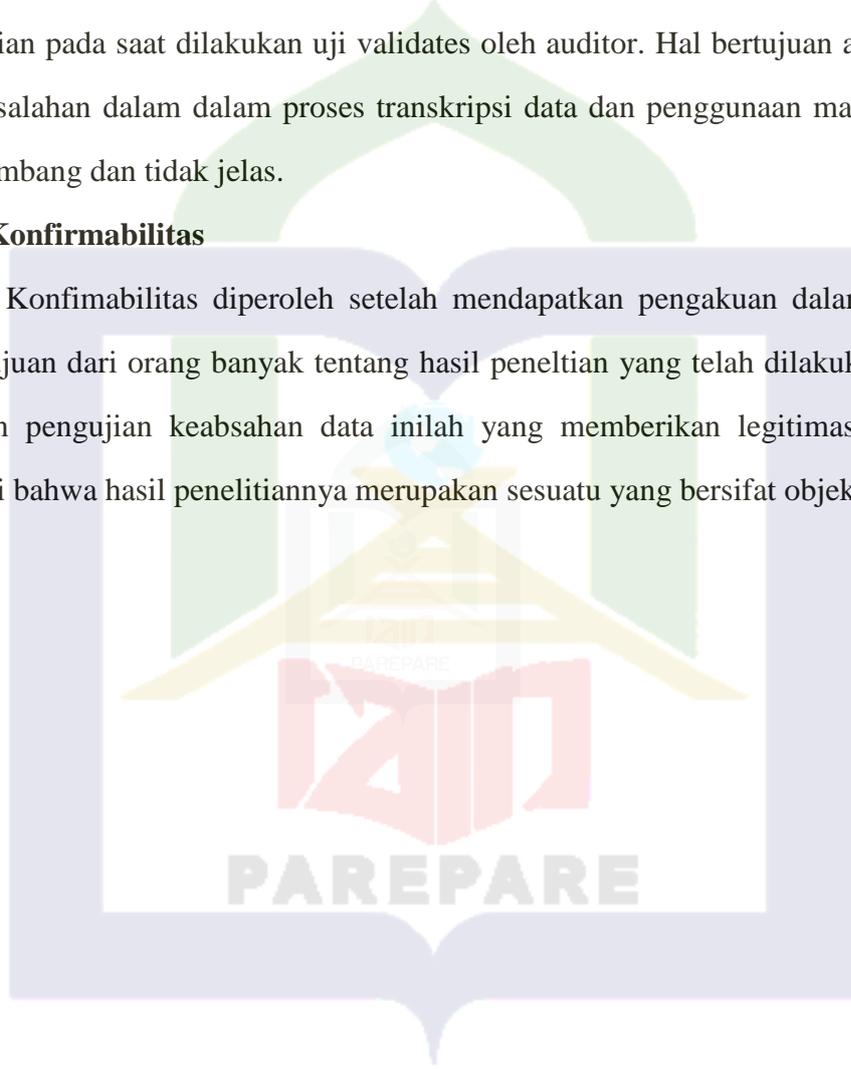
penelitian sebaiknya mampu digunakan dalam situasi yang berbeda di luar objek penelitian yang sedang diteliti.

### **3. Depenbilias**

Depenbilias adalah penilaian yang diperoleh berdasarkan konsistensi hasil penelitian pada saat dilakukan uji validasi oleh auditor. Hal bertujuan agar tidak ada kesalahan dalam dalam proses transkripsi data dan penggunaan makna yang mengambang dan tidak jelas.

### **4. Konfirmabilitas**

Konfirmabilitas diperoleh setelah mendapatkan pengakuan dalam bentuk persetujuan dari orang banyak tentang hasil penelitian yang telah dilakukan. Pada tahapan pengujian keabsahan data inilah yang memberikan legitimasi kepada peneliti bahwa hasil penelitiannya merupakan sesuatu yang bersifat objek.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Hasil Penelitian

##### 1. Bentuk Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.

Teori komunikasi Lasswell merupakan salah satu pendekatan klasik dalam ilmu komunikasi yang merumuskan proses komunikasi ke dalam lima unsur pokok, yaitu: *Who* (Siapa), *Says What* (Mengatakan Apa), *In Which Channel* (Melalui Saluran Apa), *To Whom* (Kepada Siapa), dan *With What Effect* (Dengan Dampak Apa). Teori ini memberikan kerangka analisis yang sistematis untuk memahami bagaimana pesan disampaikan secara efektif dan dapat mencapai tujuan tertentu, terutama dalam konteks komunikasi persuasif.

Upaya meminimalisir problematika tanah wakaf masjid, teori Lasswell menjadi landasan strategis dalam merancang bentuk komunikasi persuasif yang tepat sasaran. Berbagai permasalahan yang sering muncul, seperti ketidaktahuan wakif terhadap prosedur hukum, belum adanya sertifikasi tanah wakaf, hingga konflik antara ahli waris dan nazhir, memerlukan pendekatan komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu menggugah kesadaran dan mengubah sikap serta perilaku masyarakat.

Komunikasi persuasif yang dirancang berdasarkan teori Lasswell mempertimbangkan lima aspek utama komunikasi secara utuh, mulai dari siapa yang menjadi komunikator apa isi pesan yang disampaikan, media atau

saluran komunikasi yang digunakan kepada siapa pesan tersebut ditujukan serta dampak yang diharapkan

Dengan pendekatan tersebut, komunikasi tidak dilakukan secara satu arah atau sekadar penyampaian informasi, melainkan berlangsung secara terstruktur dan menyentuh aspek emosional, spiritual, dan rasional dari penerima pesan. Komunikator dalam hal ini memiliki peran sebagai agen perubahan sosial yang bukan hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat, menanamkan nilai-nilai keagamaan, dan mendorong partisipasi aktif dalam menjaga serta mengelola tanah wakaf secara sah, amanah, dan berkelanjutan.

#### 1) Penyuluh Agama Islam sebagai Komunikator

Unsur pertama dalam teori Lasswell menekankan pada siapa yang menyampaikan pesan. Dalam konteks problematika tanah wakaf masjid, pihak yang berperan sebagai komunikator adalah mereka yang memiliki otoritas, kepercayaan, dan pengaruh di masyarakat. Komunikator dalam hal ini mencakup penyuluh agama, nazhir, tokoh agama, serta aparatur Kantor Urusan Agama. Keberhasilan komunikasi persuasif sangat bergantung pada kredibilitas komunikator. Apabila penyampai pesan dipandang berwibawa, jujur, dan memahami konteks lokal, maka kemungkinan besar pesan akan diterima dengan baik oleh masyarakat. Dalam meminimalisir konflik tanah wakaf, kepercayaan terhadap komunikator menjadi pondasi utama agar pesan dapat diterima tanpa resistensi. Berikut wawancara langsung peneliti dengan narasumber yang kompeten.

Sebagai penyuluh agama kita diberikan tanggungjawab oleh pemerintah untuk menyampaikan program-program pemerintah dengan menggunakan bahasa agama, sebagai penyuluh agama kita diwajibkan membina majelis taklim dan membina Taman pendidikan Al-qur'an, dan penyuluh agama juga diberikan tugas untuk memberikan penyuluhan mengenai zakat dan wakaf. Alhamdulillah tahun ini saya terangkat sebagai PPPK, dan semoga dengan ini saya bisa berkontribusi dalam mensukseskan program-program pemerintah khususnya dalam penyelesaian problematika tanah wakaf masjid di wilayah Kecamatan Maiwa.<sup>84</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu penyuluh agama di Kecamatan Maiwa, diperoleh pemahaman bahwa peran penyuluh agama sangat strategis dalam menyampaikan program-program pemerintah melalui pendekatan keagamaan. Pernyataan tersebut mencerminkan bentuk komunikasi persuasif yang dijalankan melalui jalur dakwah, yaitu dengan menyampaikan pesan pembangunan dalam bahasa agama yang mudah dipahami oleh masyarakat. Penyuluh agama secara aktif membina majelis taklim dan Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) sebagai media penyadaran dan pembentukan karakter umat.

Keberhasilan narasumber diangkat sebagai PPPK juga menjadi indikator bahwa kinerja penyuluh agama diakui secara kelembagaan dan struktural. Hal ini dapat menjadi motivasi tambahan dalam menjalankan tugas dakwah dan penyuluhan, terutama dalam menyelesaikan problematika tanah wakaf masjid, yang masih menjadi persoalan di sebagian wilayah. Secara umum, wawancara ini menggambarkan bahwa penyuluh agama tidak hanya bertugas menyampaikan ajaran agama secara normatif, tetapi juga menjadi jembatan antara program pemerintah dan masyarakat melalui pendekatan persuasif dan edukatif yang berbasis nilai-nilai Islam.

---

<sup>84</sup>Sulaeman kadir, *Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

Mengenai siapa yang memiliki tugas sebagai komunikator/penyampai pesan dalam menyelesaikan problematika tanah wakaf masjid di kecamatan Maiwa, yaitu semua pegawai Kantor urusan Agama kecamatan maiwa, penyuluh agama, penghulu, dan staff kantor, semuanya kita harapkan terlibat dalam proses pengurusan tanah wakaf masjid yang belum bersertifikat. Kami juga berharap kepada para muballigh untuk menyampaikan materi tentang pentingnya sertifikat tanah wakaf serta dibutuhkan peran pemerintah desa untuk menyampaikan kepada masyarakatnya yang ingin membangun masjid, agar terlebih dahulu menyelesaikan sertifikat wakafnya.<sup>85</sup>

Pihak-pihak yang berperan sebagai penyampai pesan dalam komunikasi persuasif untuk meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa meliputi penyuluh agama Islam, penghulu, kepala Kantor Urusan Agama (KUA), muballigh atau tokoh agama, serta pemerintah desa. Kelima unsur ini memiliki posisi strategis dalam struktur sosial-keagamaan masyarakat dan dipercaya memiliki otoritas dalam menyampaikan pesan yang berkaitan dengan wakaf. Melalui ceramah, penyuluhan, musyawarah, hingga komunikasi informal, mereka menyampaikan pesan-pesan edukatif dan persuasif tentang pentingnya legalitas wakaf, tanggung jawab nazhir, serta penyelesaian konflik secara damai. Peran mereka menjadi kunci dalam membentuk kesadaran, mengubah pola pikir masyarakat, dan mendorong penyelesaian problematika wakaf secara komprehensif.

2) Pesan yang disampaikan yaitu sertifikasi tanah wakaf masjid

Unsur kedua berfokus pada isi pesan yang disampaikan. Dalam konteks komunikasi persuasif wakaf, pesan yang dibawa harus memiliki unsur edukatif, normatif, dan motivatif. Pesan harus menjelaskan urgensi menjaga keabsahan tanah wakaf, pentingnya dokumen legal seperti akta ikrar

---

<sup>85</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

wakaf dan sertifikat, serta bahaya konflik akibat ketidaktertiban administrasi. Pesan juga perlu menyentuh sisi religius dan emosional, dengan menekankan pahala wakaf jariyah dan peran wakaf dalam pembangunan umat. Isi pesan yang persuasif harus disusun secara komunikatif, tidak bersifat menggurui, dan dapat membangkitkan kesadaran serta keinginan untuk berubah. Berikut hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

“Pesan utama yang kami sampaikan adalah pentingnya tanah wakaf memiliki legalitas hukum, seperti akta ikrar wakaf dan sertifikat dari BPN. Selain itu, kami tekankan bahwa wakaf adalah ibadah jangka panjang, maka pengelolaannya harus sesuai syariat dan amanah. Kami juga ingatkan kepada masyarakat agar tidak mempermasalahkan kembali tanah yang sudah diwakafkan, terutama kepada ahli waris.”<sup>86</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu penyuluh agama di Kecamatan Maiwa, diperoleh pemahaman bahwa penyuluh agama menyampaikan pesan persuasif yang menekankan pentingnya legalitas wakaf (akta ikrar dan sertifikat BPN) serta kesadaran bahwa wakaf adalah ibadah jangka panjang yang harus dikelola sesuai syariat. Penyuluh juga berupaya mencegah konflik dengan mengingatkan masyarakat, khususnya ahli waris, agar tidak mempermasalahkan tanah yang telah diwakafkan. Ini mencerminkan strategi komunikasi persuasif yang bersifat edukatif, preventif, dan religius, sesuai dengan pendekatan dakwah bil hikmah.

“Isi komunikasi kami kepada masyarakat mencakup edukasi hukum wakaf, pentingnya pengurusan AIW, dan urgensi menjaga status tanah wakaf dari klaim sepihak. Kami juga menyampaikan bahwa masalah wakaf bisa dicegah bila sejak awal sudah ada komunikasi terbuka antara wakif, ahli waris, dan nazhir. Pesan kami bersifat ajakan yang menyejukkan agar masyarakat mau sadar tanpa merasa digurui.”<sup>87</sup>

---

<sup>86</sup>Izzul Muttaqin, *Penghulu KUA Kecamatan Maiwa*, Wawancara dengan peneliti, juni 2025

<sup>87</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

Komunikasi persuasif yang digunakan oleh Kepala KUA bersifat edukatif dan dialogis. Fokus utama dari pesan yang disampaikan adalah edukasi hukum wakaf, pentingnya Akta Ikrar Wakaf (AIW), serta pencegahan konflik melalui komunikasi terbuka antara wakif, ahli waris, dan nazhir. Strategi penyampaian yang menyejukkan dan tidak menggurui mencerminkan dakwah *bil hikmah*, yang bertujuan menyentuh hati masyarakat tanpa tekanan. Hal ini selaras dengan teori komunikasi persuasif dan pendekatan dakwah yang mengedepankan nilai kebijaksanaan, empati, dan upaya pencegahan konflik.

“Materi yang bagus untuk disampaikan muballigh saat ceramah atau khutbah bahwa wakaf adalah ibadah mulia yang pahalanya terus mengalir. Tapi kalau tidak tertib administrasi, bisa jadi sumber fitnah dan perselisihan. Maka saya selalu ingatkan pentingnya mencatatkan wakaf ke KUA dan tidak main-main dalam hal ini. Pesan saya bukan sekadar hukum, tapi juga hati, agar mereka paham dan mau ikut menjaga amanah umat.”<sup>88</sup>

Isi pesan yang disampaikan oleh para komunikator dalam komunikasi persuasif terkait tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa bersifat edukatif, persuasif, dan solutif. Pesan-pesan tersebut mencakup pentingnya legalitas wakaf melalui Akta Ikrar Wakaf (AIW) dan sertifikasi tanah, ajakan untuk menjaga amanah wakaf sesuai syariat, serta imbauan agar wakif dan ahli waris menghindari konflik dengan mengedepankan musyawarah dan penyelesaian kekeluargaan. Selain itu, pesan juga menekankan bahwa wakaf merupakan ibadah jangka panjang (amal jariyah) yang harus dikelola secara bertanggung jawab. Penyampaian pesan dirancang untuk membangkitkan kesadaran hukum, nilai spiritual, dan kepedulian sosial masyarakat, sehingga pengelolaan tanah wakaf dapat berjalan secara tertib, sah, dan berkelanjutan.

---

<sup>88</sup>Muhammad Ilyas, *Muballigh Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, juni 2025

### 3) Menggunakan Media Tatap Muka dan Media Online

Unsur ketiga menyoroti media atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan. Dalam praktiknya, komunikasi persuasif dalam konteks wakaf menggunakan berbagai saluran, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Saluran langsung seperti ceramah keagamaan, forum musyawarah, dan dialog tatap muka sangat penting di daerah yang masih kuat ikatan komunalnya. Sementara itu, saluran tidak langsung seperti media sosial dan media cetak dapat memperluas jangkauan pesan. Pemilihan saluran yang tepat sangat penting untuk memastikan pesan sampai kepada target sasaran secara efektif, mengingat keragaman karakteristik masyarakat dan akses informasi.

“Dalam menyampaikan pesan-pesan terkait tanah wakaf, kami menggunakan berbagai saluran komunikasi. Yang paling utama tentu secara tatap muka, baik melalui pengajian rutin, ceramah di majelis taklim, maupun khutbah Jumat. Saat bulan Ramadan, kami juga memanfaatkan kegiatan safari Ramadan untuk menyisipkan pesan-pesan wakaf. Komunikasi informal juga kami lakukan lewat telepon, kunjungan rumah, dan dialog langsung dengan masyarakat di desa-desa.”<sup>89</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu penyuluh agama menunjukkan bahwa penyuluh agama menggunakan beragam saluran komunikasi dalam menyampaikan pesan wakaf, baik formal maupun informal. Saluran formal meliputi pengajian, ceramah, khutbah Jumat, dan safari Ramadan, yang merupakan bentuk komunikasi tatap muka. Sementara itu, komunikasi informal seperti telepon, kunjungan rumah, dan dialog langsung memperkuat pendekatan interpersonal yang lebih mendalam. Strategi ini mencerminkan penerapan komunikasi persuasif yang fleksibel

---

<sup>89</sup>Sulaeman kadir, *Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

dan kontekstual, serta selaras dengan teori Lasswell yang menekankan pentingnya saluran dalam efektivitas penyampaian pesan.

“Kami menyampaikan edukasi tentang wakaf melalui berbagai jalur. Selain melalui kegiatan resmi seperti penyuluhan tatap muka dan khutbah di masjid-masjid, kami juga memanfaatkan pertemuan lintas sektoral tingkat kecamatan Maiwa, pemerintah desa, dan tokoh masyarakat. Untuk menjangkau masyarakat pedesaan, kami juga menggunakan media Komunikasi seperti telpon biasa atau telpon Whatsapp, bisa konsultasi tatap muka, bisa juga konsultasi dengan alat komunikasi (handphone).<sup>90</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, Kepala KUA memanfaatkan jalur komunikasi yang beragam dan kolaboratif dalam menyampaikan edukasi tentang wakaf. Selain menggunakan saluran formal seperti penyuluhan tatap muka dan khutbah, Kepala KUA juga aktif dalam pertemuan lintas sektoral bersama pemerintah desa dan tokoh masyarakat, yang menunjukkan pendekatan partisipatif dan sinergis. Untuk menjangkau masyarakat pedesaan, penyuluh memanfaatkan media komunikasi digital seperti telepon dan WhatsApp, yang memperluas jangkauan dakwah secara fleksibel. Pendekatan ini mencerminkan strategi komunikasi persuasif yang adaptif terhadap kondisi masyarakat dan perkembangan teknologi.

“Saya biasa menyampaikan pentingnya menjaga tanah wakaf melalui khutbah Jumat, ceramah majelis taklim, dan pengajian kelompok di rumah-rumah warga. Komunikasi secara langsung atau tatap muka memang lebih efektif, apalagi di daerah yang belum terbiasa dengan media digital. Tapi sekarang kami juga mulai pakai media sosial seperti Facebook dan WhatsApp untuk membagikan kutipan singkat atau poster dakwah yang berisi pesan tentang wakaf.”<sup>91</sup>

Berdasarkan tiga hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa penyuluh agama menggunakan saluran komunikasi yang beragam dan adaptif.

---

<sup>90</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

<sup>91</sup>Rahmaniyanti, *Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

Komunikasi tatap muka, seperti khutbah Jumat, ceramah majelis taklim, pengajian, dan pertemuan lintas sektoral, masih menjadi metode utama, terutama di wilayah pedesaan. Selain itu, media digital seperti telepon, WhatsApp, dan media sosial juga mulai dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah secara lebih luas. Penggunaan berbagai saluran ini menunjukkan kemampuan penyuluh dalam menyesuaikan strategi komunikasi dengan perkembangan teknologi dan kondisi masyarakat.

4) Wakif dan Pengurus Masjid Kecamatan Maiwa sebagai penerima pesan

Unsur ini menjelaskan audiens atau sasaran komunikasi. Dalam hal ini, pesan persuasif tentang tanah wakaf ditujukan kepada berbagai lapisan masyarakat, seperti wakif (pemberi wakaf), ahli waris, pengurus masjid, dan masyarakat umum. Setiap kelompok sasaran memiliki latar belakang pengetahuan, kepentingan, dan persepsi yang berbeda-beda terhadap wakaf. Oleh karena itu, pendekatan pesan juga harus disesuaikan. Kepada wakif, pesan lebih menekankan keikhlasan dan keutamaan pahala. Kepada ahli waris, lebih ditekankan pentingnya menjaga amanah dan menghindari konflik. Sementara kepada masyarakat umum, ditekankan nilai-nilai sosial dan kemanfaatan wakaf secara kolektif. Berdasarkan hasil wawancara dengan Narasumber.

“Pesan-pesan kami arahkan kepada wakif yang ingin menyerahkan tanahnya, agar mereka paham prosedur wakaf yang benar. Kami juga sampaikan kepada ahli waris, sebab sering kali muncul masalah setelah wakif meninggal. Masyarakat umum pun kami libatkan agar mereka peduli terhadap keberadaan dan perlindungan tanah wakaf masjid.”<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup>Rahmaniyanti, *Penyuluh agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

Penyuluh agama memosisikan dirinya sebagai jembatan utama antara institusi agama dan masyarakat. Ia menyampaikan pesan kepada kelompok inti seperti wakif dan ahli waris, serta memperluas cakupan kepada masyarakat umum. Hal ini mencerminkan pendekatan inklusif dan berlapis, untuk memastikan bahwa seluruh elemen yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam pengelolaan wakaf menerima informasi yang sama dan sejalan.

“Pesan-pesan kami sampaikan kepada beberapa sasaran utama, seperti para wakif, nazhir masjid, ahli waris, pengurus masjid, dan perangkat desa. Masing-masing memiliki peran dalam menjaga agar tanah wakaf tidak menjadi sumber konflik. Kami juga menyampaikan kepada masyarakat secara umum agar tercipta kesadaran kolektif untuk menjaga aset umat ini.”<sup>93</sup>

Sebagai pemegang otoritas keagamaan di tingkat kecamatan, Kepala KUA menegaskan pentingnya penyebaran pesan kepada pemangku kepentingan inti dan pendukungnya, seperti perangkat desa dan pengurus masjid. Pendekatan multi-segmen ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif tidak hanya ditujukan kepada individu tertentu, tetapi juga kepada struktur sosial yang lebih luas, guna membangun kesadaran kolektif dan sinergi dalam pengelolaan wakaf.

“Saya menyampaikan pesan kepada jamaah masjid, khususnya kepada keluarga-keluarga yang berencana mewakafkan tanah. Saya juga menasar anak-anak atau ahli waris dari para wakif, karena kadang mereka belum paham bahwa tanah yang sudah diwakafkan tidak bisa diambil kembali. Di sisi lain, saya juga mengajak masyarakat sekitar untuk ikut menjaga wakaf yang sudah ada.”<sup>94</sup>

Tokoh agama menggunakan posisi sosial dan kedekatan emosionalnya dengan jamaah untuk menyampaikan pesan secara langsung.

---

<sup>93</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

<sup>94</sup>Muhammad Ilyas, *Muballigh Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, juni 2025

Sasaran utama yang dituju adalah ahli waris dan masyarakat sekitar. Strategi ini efektif dalam menyentuh aspek moral dan spiritual audiens, terutama ketika pesan disampaikan dalam suasana ibadah atau pertemuan keagamaan yang lebih bersifat kekeluargaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, dapat disimpulkan bahwa pesan komunikasi persuasif mengenai tanah wakaf masjid disampaikan kepada beberapa sasaran utama, yaitu: wakif, ahli waris, nazhir, pengurus masjid, perangkat desa, dan masyarakat umum. Kelompok-kelompok ini merupakan aktor kunci dalam pengelolaan dan perlindungan tanah wakaf. Penyampaian pesan kepada mereka dilakukan secara terarah dan berlapis, sesuai dengan posisi dan peran masing-masing. Dengan strategi ini, diharapkan terbangun pemahaman bersama dan kesadaran kolektif untuk menjaga amanah wakaf secara syar'i dan legal, serta mencegah terjadinya konflik di kemudian hari.

#### 5) Efek Peningkatan kesadaran Sertifikasi Tanah wakaf Masjid

Unsur terakhir dari teori Lasswell adalah dampak atau hasil dari proses komunikasi. Dalam konteks ini, komunikasi persuasif bertujuan menghasilkan perubahan positif, baik dalam hal pengetahuan, sikap, maupun tindakan masyarakat terhadap tanah wakaf. Efek yang diharapkan antara lain meningkatnya kesadaran untuk mengurus legalitas wakaf, berkurangnya konflik tanah antara ahli waris dan nazhir, serta tumbuhnya kerja sama antara masyarakat dan lembaga keagamaan. Keberhasilan komunikasi persuasif ditandai dengan adanya pergeseran dari ketidaktahuan menuju pemahaman, dari ketidakpedulian menuju kepedulian, dan dari konflik menuju penyelesaian damai.

“Alhamdulillah, setelah beberapa kali penyuluhan dan pendekatan kepada masyarakat, sudah mulai ada perubahan. Beberapa wakif datang sendiri ke KUA untuk mengurus ikrar wakaf dan legalisasi. Konflik antara ahli waris pun bisa diminimalisir lewat musyawarah. Jadi, komunikasi yang kami lakukan berdampak pada meningkatnya kesadaran dan keinginan masyarakat untuk mengelola wakaf secara tertib.”<sup>95</sup>

Dampak komunikasi persuasif mulai terlihat dari meningkatnya partisipasi aktif masyarakat, terutama wakif, dalam proses legalisasi wakaf. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang disampaikan secara tepat sasaran dan emosional dapat memengaruhi sikap dan tindakan audiens ke arah yang lebih positif.

“Efeknya sangat terasa, terutama dari segi administrasi. Dulu masyarakat enggan mengurus akta ikrar wakaf, sekarang justru mereka datang minta dibantu. Kami juga lihat banyak pengurus masjid yang lebih sadar pentingnya koordinasi dengan KUA dan pemerintah desa sebelum menerima tanah wakaf. Ini tanda bahwa komunikasi kita tidak sia-sia.”<sup>96</sup>

Efektivitas komunikasi tidak hanya terlihat pada perubahan kesadaran, tetapi juga pada perilaku administratif masyarakat yang lebih proaktif. Hal ini memperlihatkan bahwa dampak komunikasi persuasif dapat menjangkau dimensi praktik nyata, bukan hanya wacana.

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis peneliti, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang diterapkan dalam upaya meminimalisir problematika tanah wakaf masjid memberikan dampak yang positif dan signifikan. Dampak tersebut antara lain: meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya legalitas wakaf, bertambahnya jumlah wakif yang mengurus akta ikrar wakaf, berkurangnya konflik

<sup>95</sup>Sulaeman kadir, *Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

<sup>96</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

dengan ahli waris, serta tumbuhnya kesadaran kolektif untuk menjaga tanah wakaf sebagai amanah umat. Komunikasi yang dilakukan dengan pendekatan persuasif dan menyentuh aspek emosional serta spiritual terbukti mampu mengubah sikap dan perilaku masyarakat secara konstruktif dan berkelanjutan.

## **2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang**

Komunikasi persuasif merupakan salah satu strategi komunikasi yang berupaya memengaruhi sikap, pemahaman, dan perilaku masyarakat melalui pendekatan yang argumentatif, emosional, serta bersifat membangun kesadaran secara bertahap. Dalam konteks pengelolaan tanah wakaf, komunikasi persuasif menjadi instrumen penting untuk menyampaikan edukasi tentang urgensi sertifikasi, menjaga keaslian niat wakaf, serta mencegah terjadinya konflik kepemilikan atau penyalahgunaan aset wakaf. Strategi ini sangat relevan diterapkan di tengah masyarakat yang masih memiliki keterbatasan pemahaman terhadap regulasi dan tata kelola wakaf.

Komunikasi persuasif dapat berjalan secara efektif, perlu dilakukan analisis situasi yang komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan maupun kendalanya di lapangan. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk memahami hal ini adalah analisis SWOT, yang mencakup empat aspek utama: kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Melalui analisis SWOT, pelaksana program komunikasi baik dari unsur KUA, penyuluh agama, maupun tokoh masyarakat dapat mengidentifikasi potensi internal yang dapat dimaksimalkan, sekaligus mengenali hambatan internal

dan eksternal yang perlu diantisipasi. Dengan memahami kondisi strategis tersebut, maka komunikasi persuasif tidak hanya menjadi kegiatan penyampaian pesan semata, tetapi menjadi bagian dari perencanaan strategis untuk menyelesaikan problematika tanah wakaf secara berkelanjutan dan terarah.

a. Kekuatan komunikasi persuasif di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang

Kekuatan (*strengths*) dalam strategi komunikasi persuasif diposisikan sebagai faktor internal yang berkontribusi positif terhadap upaya meminimalisir problematika tanah wakaf. Faktor ini menjadi landasan konseptual dalam merumuskan pendekatan komunikasi yang terarah dan berkesinambungan, baik melalui komunikasi interpersonal, kelompok, organisasi, maupun massa. Komunikasi persuasif yang disampaikan oleh pihak-pihak yang memiliki otoritas keagamaan dan sosial, serta didukung oleh struktur kelembagaan yang kredibel, memiliki tingkat penerimaan yang tinggi di tengah masyarakat.

Kekuatan tersebut merepresentasikan potensi sosial dan kelembagaan yang dapat dimanfaatkan secara optimal dalam mendukung efektivitas dakwah dan penyuluhan mengenai wakaf. Keberadaan forum-forum keagamaan yang berlangsung secara rutin, serta peran aktif tokoh agama dan penyuluh dalam menyampaikan pesan-pesan wakaf, menjadi instrumen strategis dalam membentuk kesadaran hukum dan sikap positif masyarakat terhadap pengelolaan tanah wakaf secara syar'i dan legal. Dengan demikian, kekuatan ini memiliki keterkaitan yang erat dengan fokus penelitian, yakni memperkuat peran komunikasi persuasif sebagai

sarana dalam menyelesaikan permasalahan tanah wakaf secara sistematis dan berorientasi pada perubahan sosial yang konstruktif. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

“Kekuatan utama dalam penyelesaian persoalan tanah wakaf di Kecamatan Maiwa adalah adanya sinergi antara berbagai pihak. Pemerintah hadir melalui program sertifikasi wakaf dan sosialisasi peraturan wakaf, para da'i berperan dalam menyampaikan pemahaman keagamaan kepada masyarakat, nadzir sebagai pengelola wakaf juga turut aktif dalam mengkomunikasikan dan menyelesaikan persoalan di lapangan, serta wakif atau pihak yang mewakafkan tanah memiliki semangat yang cukup baik dalam mendukung proses legalisasi dan penyelamatan aset wakaf.”<sup>97</sup>

Pernyataan Kepala KUA tersebut menunjukkan bahwa salah satu kekuatan dalam strategi komunikasi persuasif untuk meminimalisir problematika tanah wakaf adalah adanya keterlibatan berbagai unsur yang saling bersinergi. Peran pemerintah sebagai regulator dan fasilitator menjadi kunci dalam memberikan kepastian hukum terhadap aset wakaf. Di sisi lain, da'i berperan strategis dalam membangun kesadaran religius masyarakat melalui pendekatan dakwah. Sementara itu, nadzir sebagai pengelola wakaf dan wakif sebagai pemberi wakaf menunjukkan adanya kepedulian terhadap keberlangsungan fungsi sosial tanah wakaf.

- b. Kelemahan komunikasi persuasif di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang

Kelemahan (*weaknesses*) dalam strategi komunikasi persuasif dipandang sebagai komponen internal yang memiliki potensi untuk mengurangi efektivitas pencapaian tujuan komunikasi. Faktor ini muncul dari keterbatasan yang bersifat struktural maupun fungsional dalam

<sup>97</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

pelaksanaan kegiatan komunikasi, yang apabila tidak diidentifikasi secara tepat, dapat menjadi penghambat dalam proses penyampaian pesan yang bersifat membangun. Dalam konteks penelitian ini, kelemahan mencerminkan sisi internal dari pelaku komunikasi maupun lingkungan kerjanya yang belum sepenuhnya mendukung terlaksananya strategi komunikasi secara maksimal.

Analisis terhadap kelemahan memiliki peran penting untuk mengungkap aspek-aspek yang memerlukan penguatan, baik dari segi kompetensi sumber daya manusia, kesiapan sarana komunikasi, maupun daya serap audiens terhadap pesan yang disampaikan. Melalui pemetaan kelemahan secara menyeluruh, pendekatan komunikasi persuasif dapat dikembangkan dengan lebih realistis dan adaptif, sesuai dengan kondisi faktual yang ada di masyarakat. Oleh karena itu, keberadaan kelemahan menjadi dasar penting dalam evaluasi dan perumusan strategi lanjutan dalam meminimalisir problematika tanah wakaf melalui pendekatan komunikasi yang terencana dan tepat sasaran. Berikut wawancara Peneliti dengan narasumber.

“Kami menghadapi beberapa kelemahan dalam upaya pendampingan wakaf, di antaranya adalah masih kurangnya sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang perwakafan, termasuk dalam hal administrasi dan hukum. Literasi wakaf di kalangan masyarakat juga masih rendah, sehingga pemahaman mereka tentang pentingnya legalisasi dan pengelolaan wakaf belum maksimal. Selain itu, lokasi tanah wakaf yang berada di daerah pelosok atau sulit dijangkau juga menjadi tantangan tersendiri. Kerja sama lintas sektor, seperti antara KUA, pemerintah desa, BPN, dan tokoh masyarakat, juga belum berjalan secara optimal.”<sup>98</sup>

---

<sup>98</sup>Hasni Ballado, *Penyuluh agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

Pernyataan penyuluh agama tersebut menggambarkan sejumlah kelemahan internal dalam pelaksanaan strategi komunikasi persuasif untuk menyelesaikan problematika tanah wakaf. Pertama, rendahnya kompetensi sumber daya manusia dalam aspek teknis maupun regulatif perwakafan menjadikan pendampingan dan advokasi terhadap tanah wakaf kurang efektif. Kedua, tingkat literasi wakaf yang masih rendah menyebabkan masyarakat tidak memahami urgensi sertifikasi maupun fungsi sosial dari wakaf secara menyeluruh. Ketiga, kondisi geografis yang sulit diakses menjadi hambatan teknis dalam proses identifikasi dan pengawasan. Terakhir, lemahnya kolaborasi lintas sektor menunjukkan kurangnya koordinasi antarlembaga yang seharusnya menjadi kekuatan bersama dalam menyelesaikan persoalan wakaf. Kelemahan-kelemahan ini perlu diatasi melalui pelatihan, edukasi publik, dan penguatan kerja sama kelembagaan.

c. Peluang Tanah Wakaf Masjid di KUA Kecamatan Maiwa

Peluang (*opportunities*) dalam strategi komunikasi persuasif diposisikan sebagai faktor eksternal yang memberikan potensi positif bagi keberhasilan upaya komunikasi dalam meminimalisir problematika tanah wakaf. Peluang tersebut mencerminkan adanya kondisi atau perkembangan yang mendukung penyampaian pesan secara lebih luas, efektif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, keberadaan peluang menjadi aspek strategis yang dapat dioptimalkan guna memperkuat jangkauan komunikasi dan meningkatkan partisipasi publik dalam pengelolaan tanah wakaf secara hukum dan syar'i.

Pemanfaatan peluang secara tepat memberikan ruang bagi pengembangan metode komunikasi yang lebih inovatif dan kontekstual. Keberadaan faktor eksternal yang mendukung, baik dari aspek sosial, budaya, teknologi, maupun kebijakan, dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi komunikasi yang progresif serta selaras dengan perubahan masyarakat. Oleh sebab itu, analisis terhadap peluang tidak hanya bertujuan untuk mengidentifikasi potensi yang tersedia, tetapi juga untuk memastikan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan mampu merespons perkembangan secara adaptif dan berorientasi pada keberhasilan program wakaf. Berikut wawancara peneliti dengan narasumber.

Peluang yang sangat mendukung saat ini adalah adanya kebijakan dari pemerintah yang memberikan fasilitas sertifikasi tanah wakaf secara gratis. Ini tentu sangat membantu masyarakat dalam menyelesaikan persoalan legalitas tanah wakaf. Selain itu, perkembangan teknologi juga mempermudah proses administrasi, apalagi sekarang sudah ada aplikasi Sistem Informasi Wakaf atau lewat aplikasi Siwak. Melalui aplikasi ini, proses pendaftaran dan pemantauan tanah wakaf menjadi lebih cepat dan transparan. Kami juga telah mengikuti beberapa pelatihan yang difasilitasi oleh Kemenag untuk meningkatkan pemahaman terkait prosedur pendaftaran dan sertifikasi tanah wakaf secara digital."<sup>99</sup>

Pernyataan tersebut mencerminkan bahwa peluang eksternal yang dimiliki saat ini sangat mendukung upaya strategis dalam meminimalisir problematika tanah wakaf. Pertama, dukungan regulatif dari pemerintah, khususnya terkait pembebasan biaya sertifikasi tanah wakaf, merupakan kebijakan afirmatif yang sangat membantu masyarakat dan nadzir dalam menyelesaikan aspek legalitas aset wakaf. Kedua, perkembangan teknologi dan digitalisasi sistem pelayanan melalui aplikasi Siwak (Sistem

---

<sup>99</sup>Amiruddin, *Kepala Seksi Penyelenggara Zakat dan Wakaf*, wawancara dengan peneliti, juni 2025

Informasi Wakaf) membuka akses yang lebih luas dan efisien dalam proses pendaftaran, validasi, dan pengawasan tanah wakaf. Ketiga, adanya program pelatihan dan bimbingan teknis dari Kementerian Agama menjadi peluang untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di tingkat kecamatan dan desa dalam pengelolaan dan perlindungan aset wakaf. Keseluruhan peluang ini dapat dioptimalkan melalui strategi komunikasi persuasif yang informatif, edukatif, dan kolaboratif.

d. Ancaman Tanah Wakaf Masjid di KUA Kecamatan Maiwa

Ancaman (threats) dalam strategi komunikasi persuasif dipahami sebagai faktor eksternal yang berpotensi menghambat efektivitas proses komunikasi serta mengganggu pencapaian tujuan yang telah dirumuskan. Keberadaan ancaman tidak dapat diabaikan karena berkaitan langsung dengan dinamika sosial, budaya, hukum, maupun teknologi yang berada di luar kendali pelaksana komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, identifikasi terhadap faktor ancaman menjadi krusial untuk memahami sejauh mana kekuatan eksternal dapat memengaruhi keberhasilan upaya meminimalisir problematika tanah wakaf melalui pendekatan komunikasi persuasif.

Pengaruh ancaman eksternal terhadap strategi komunikasi menuntut adanya perencanaan yang bersifat antisipatif dan adaptif. Ketidaksesuaian antara strategi komunikasi dengan kondisi masyarakat yang kompleks dapat mengurangi efektivitas pesan, bahkan memunculkan resistensi terhadap program yang dijalankan. Oleh karena itu, pemetaan terhadap potensi ancaman perlu dilakukan secara menyeluruh agar pelaksanaan komunikasi persuasif dapat disesuaikan dengan tantangan yang dihadapi. Dengan memahami aspek ini secara mendalam, strategi komunikasi yang

disusun tidak hanya bersifat ideal, tetapi juga realistis dan mampu menjawab tantangan lapangan secara tepat dan berkelanjutan. Berikut wawancara peneliti dengan narasumber.

"Salah satu persoalan yang kami temui adalah adanya konflik antara masyarakat dengan nadzir, terutama ketika terjadi perbedaan pandangan dalam pengelolaan tanah wakaf. Selain itu, banyak tanah wakaf yang belum memiliki sertifikat, dan ini sangat berisiko. Jika sertifikat tidak segera diterbitkan, maka ahli waris dari wakif bisa saja mengklaim kembali tanah tersebut. Dalam beberapa kasus, hal ini bahkan berujung pada sengketa yang cukup panjang dan merugikan fungsi sosial tanah wakaf itu sendiri."<sup>100</sup>

Berdasarkan wawancara dengan penyuluh agama Islam, mengindikasikan bahwa ketidakharmonisan antara masyarakat dan nadzir menjadi salah satu ancaman nyata dalam pengelolaan tanah wakaf. Perbedaan pandangan dan kurangnya komunikasi efektif dapat menimbulkan konflik internal yang melemahkan kepercayaan publik terhadap institusi pengelola wakaf. Selain itu, status hukum tanah wakaf yang belum tersertifikasi membuka celah bagi ahli waris atau pihak lain untuk mengajukan klaim kepemilikan. Ketiadaan dokumen legal seperti sertifikat wakaf dapat menyebabkan tanah tersebut kehilangan kekuatan hukum sebagai aset keagamaan, bahkan berpotensi menjadi objek sengketa hukum. Hal ini menunjukkan pentingnya penguatan peran nadzir, percepatan sertifikasi tanah wakaf, serta pembinaan masyarakat dalam memahami prinsip-prinsip wakaf secara benar.

---

<sup>100</sup>Sitti Salawati, *Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan Peneliti, Juni 2025

### 3. Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.

Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid merupakan wujud nyata dari pelaksanaan dakwah yang mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat ke arah yang lebih sadar hukum dan berorientasi pada kemaslahatan umat. Pendekatan yang digunakan bersifat edukatif, persuasif, dan kolaboratif, di mana penyuluh agama hadir sebagai penggerak utama dalam memberikan pemahaman tentang pentingnya pengelolaan wakaf secara syar'i dan legal. Hal ini sejalan dengan firman Allah swt. dalam Surah Ali Imran/3:104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

""Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar; dan mereka itulah orang-orang yang beruntung."<sup>101</sup>

Ayat ini menjadi dasar teologis dari aktivitas dakwah dan komunikasi persuasif yang dijalankan oleh KUA Maiwa. Dalam konteks wakaf, menyeru kepada kebajikan berarti mengajak masyarakat untuk memahami dan mengamalkan wakaf sebagai bentuk ibadah sosial yang berdampak luas. Menyuruh kepada yang ma'ruf berarti mendorong wakif dan nadzir agar mengelola wakaf sesuai syariat dan peraturan negara. Sedangkan mencegah dari yang munkar tercermin dalam upaya mencegah terjadinya konflik, penyalahgunaan, atau pengabaian terhadap aset wakaf.

<sup>101</sup>Kementerian Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahnya ( Jakarta Timur: Ummul Qura, 2020), h.63.

Penerapan strategi ini tidak dilakukan secara konfrontatif, melainkan melalui pendekatan interpersonal yang santun dan menyentuh hati, seperti dalam bentuk dakwah bil hikmah dan mau'izhah hasanah. Penyuluh agama secara aktif mendatangi para wakif dan ahli waris untuk memberikan pemahaman secara langsung, sekaligus membangun hubungan yang penuh empati dan kepercayaan. Dalam banyak kasus, problematika tanah wakaf muncul bukan karena niat buruk, tetapi karena kurangnya pemahaman hukum. Maka dari itu, pesan dakwah disampaikan dengan lembut, bukan menggurui, melainkan mengajak secara halus agar masyarakat merasa dilibatkan dan dihargai.

Kantor urusan agama kecamatan Maiwa juga membangun forum dakwah kelompok, seperti pengajian masjid, diskusi desa, hingga kolaborasi lintas sektor dengan pemerintah dan tokoh adat. Di sinilah semangat amar ma'ruf nahi munkar diterjemahkan secara sosial, bahwa menjaga tanah wakaf dan mencegah penyimpangannya adalah bagian dari tanggung jawab kolektif umat.

Dengan menjadikan ayat ini sebagai landasan nilai, strategi komunikasi persuasif yang dijalankan bukan sekadar alat penyampaian informasi, melainkan bagian dari misi dakwah yang mendalam menyeru masyarakat kepada kebaikan, memelihara amanah wakaf, dan menjaga masalah umat secara menyeluruh. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah yang dilaksanakan oleh KUA Maiwa merupakan pengejawantahan dari nilai-nilai Al-Qur'an, khususnya dalam menumbuhkan kesadaran wakaf sebagai ibadah yang harus dilakukan dengan benar dan bertanggung jawab.

Tanah wakaf merupakan aset keagamaan yang sangat penting bagi pembangunan dan keberlangsungan fungsi masjid sebagai pusat ibadah dan

sosial masyarakat. Namun, dalam implementasinya di Kecamatan Maiwa, ditemukan berbagai persoalan yang menjadi hambatan dalam pengelolaan tanah wakaf, khususnya yang diperuntukkan bagi masjid. Problematika ini memerlukan pendekatan komunikasi persuasif sebagai salah satu strategi untuk meminimalisir dampaknya. Adapun beberapa permasalahan yang diidentifikasi antara lain:

a. Proses pengurusan sertifikat tanah wakaf yang lambat

Tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa masih banyak yang belum memiliki sertifikat resmi. Hal ini disebabkan oleh kurangnya inisiatif dari pihak nadzir maupun wakif, serta lemahnya koordinasi dengan pihak Badan Pertanahan Nasional (BPN). Kondisi ini membuat status hukum tanah menjadi lemah dan rawan sengketa. Komunikasi persuasif diperlukan untuk meyakinkan para pemangku kepentingan agar segera mengurus sertifikasinya demi perlindungan aset wakaf. Berikut wawancara peneliti dengan narasumber.

“Salah satu kendala dalam proses pengurusan sertifikat tanah wakaf adalah berkas-berkas yang belum lengkap. Kadang masyarakat datang hanya membawa sebagian dokumen, jadi harus kami minta kembali untuk dilengkapi. Ada juga yang berkasnya sudah lengkap, tetapi ketika dilakukan validasi, ternyata tanah wakafnya masih menyatu dengan sertifikat induk. Jadi harus dipecah dulu, itu juga butuh waktu dan proses di BPN. Selain itu, ada pula kasus wakif yang sudah meninggal dunia. Nah, ahli warisnya ini sering kali berada di luar daerah, merantau, sehingga kami sulit menghubungi atau meminta kelengkapan dokumen dari mereka.”<sup>102</sup>

Wawancara yang dilakukan dengan Kepala Seksi Penyelenggaraan Zakat dan Wakaf, beliau menjelaskan bahwa lambatnya proses pengurusan sertifikat tanah wakaf disebabkan oleh beberapa faktor administratif dan teknis. Pertama, terdapat berkas permohonan yang belum lengkap

---

<sup>102</sup>Amiruddin, Kepala Seksi Penyelenggara Zakat dan Wakaf, wawancara dengan peneliti, juni 2025

sehingga perlu dilengkapi kembali oleh pihak pemohon. Kedua, meskipun ada berkas yang secara administratif sudah lengkap, namun saat proses validasi ditemukan bahwa tanah wakaf tersebut belum dipisahkan dari sertifikat induk. Hal ini menyebabkan proses sertifikasi tidak dapat dilanjutkan sebelum dilakukan pemisahan bidang tanah. Ketiga, terdapat juga kasus di mana wakif (pemberi wakaf) telah meninggal dunia, sementara ahli warisnya berada di luar daerah atau merantau, sehingga proses pelengkapan dokumen menjadi terhambat.

b. Status tanah wakaf masih atas nama wakif

Sebagian besar tanah wakaf di wilayah ini masih tercatat atas nama wakif di dokumen kepemilikan. Hal ini menimbulkan kerancuan secara hukum dan dapat memicu klaim ahli waris di kemudian hari. Ketidaktahuan atau kurangnya pemahaman wakif menjadi faktor penyebab utama. Melalui pendekatan komunikasi interpersonal dan edukatif, para tokoh agama dan petugas KUA dapat memberikan pemahaman yang meyakinkan kepada wakif tentang pentingnya proses ikrar wakaf yang sah dan pencatatan administratif yang benar.

“Status tanah wakaf masjid kami saat ini atas nama nadzir. Namun, problematika yang kami hadapi adalah tanah wakaf tersebut belum bersertifikat karena belum ada sertifikat pemisahannya dengan sertifikat induk. Jadi belum bisa diproses lebih lanjut. Bahkan sertifikat induknya itu pernah dijadikan jaminan karena digadaikan. Sekarang juga masjid sedang dalam proses renovasi, dan kami terkendala dana untuk mengurus sertifikat pemisahannya. Kami berharap ada solusi, agar kami bisa segera mengurus sertifikat tanah wakaf ini.”<sup>103</sup>

Hasil wawancara menunjukkan adanya tumpang tindih kepemilikan dan penggunaan dokumen resmi, di mana sertifikat induk tanah masih digunakan untuk kepentingan lain seperti jaminan utang. Hal ini tentu

---

<sup>103</sup>Abdullah, *Nadzir Masjid Nurul Iman Desa Pattondonsalu*, Wawancara dengan peneliti, juni 2025

bertentangan dengan prinsip wakaf yang seharusnya bersifat permanen dan tidak dapat dialihkan kepemilikannya. Kondisi ini mencerminkan lemahnya sistem pengamanan aset wakaf serta perlunya penguatan peran lembaga wakaf dalam melakukan pendampingan kepada nadzir dan masyarakat wakif. Tidak hanya itu, faktor ekonomi (seperti renovasi masjid yang menyita dana) turut memperberat proses legalisasi wakaf. Oleh karena itu, strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh KUA dan penyuluh agama sangat diperlukan untuk memberikan edukasi serta mencari dukungan kolaboratif dalam menyelesaikan permasalahan ini.

c. Akses lokasi yang jauh dan sulit dijangkau

Beberapa tanah wakaf terletak di daerah terpencil, sehingga menyulitkan pengawasan dan pemanfaatannya secara maksimal. Kondisi geografis ini juga menjadi penghambat dalam proses penyuluhan atau pendekatan kepada masyarakat. Dalam hal ini, strategi komunikasi massa atau komunikasi kelompok yang efektif perlu dilakukan secara fleksibel, misalnya melalui media sosial, radio lokal, atau pertemuan komunitas. Berikut wawancara peneliti dengan narasumber.

“Problematika tanah wakaf di Kecamatan Maiwa salah satunya adalah akses lokasi yang jauh dan kondisi jalan menuju lokasi yang masih jelek, khususnya di daerah dataran tinggi. Koordinasi secara langsung memang lebih efektif supaya ada tindak lanjut kalau ada masalah, tapi karena akses yang jauh, jadi sulit melakukan komunikasi secara langsung. Tapi meskipun begitu, sebagai penyuluh saya tetap akan berusaha mengupayakan sertifikat tanah wakaf bagi masjid-masjid yang belum bersertifikat.”<sup>104</sup>

Faktor geografis juga menjadi salah satu hambatan utama dalam proses pengurusan sertifikat tanah wakaf di wilayah Kecamatan Maiwa. Keterbatasan aksesibilitas menjadi kendala teknis yang signifikan dalam

---

<sup>104</sup>Junaedah, *Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan Peneliti, Juni 2025

proses komunikasi langsung antara pihak KUA dengan nadzir atau masyarakat wakif. Daerah-daerah dataran tinggi yang sulit dijangkau menghambat efektivitas komunikasi interpersonal, yang sejatinya merupakan cara paling efektif dalam pendekatan persuasif untuk sosialisasi dan penyelesaian masalah wakaf. Meskipun demikian, komitmen penyuluh agama dalam tetap berupaya memfasilitasi proses sertifikasi wakaf mencerminkan bentuk komunikasi persuasif yang berbasis pelayanan, pendekatan personal, dan tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi komunikasi alternatif yang adaptif terhadap kondisi geografis, seperti penggunaan media komunikasi daring maupun pelibatan tokoh lokal yang lebih dekat dengan masyarakat setempat.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Bentuk Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang**

Komunikasi persuasif merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memiliki tujuan untuk memengaruhi sikap, kepercayaan, atau perilaku audiens secara sukarela tanpa paksaan. Dalam konteks kehidupan sosial dan keagamaan, komunikasi persuasif digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan moral, etika, serta ajakan kepada masyarakat agar menerima dan menjalankan nilai-nilai tertentu yang dianggap baik dan bermanfaat. Komunikasi ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berusaha menggugah sisi emosional dan rasional penerima pesan agar mereka terdorong untuk mengambil keputusan yang sesuai dengan nilai-nilai yang ditawarkan.

Dalam konteks problematika tanah wakaf, khususnya wakaf masjid, komunikasi persuasif memiliki peran yang signifikan. Banyak problematika

tanah wakaf muncul karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang hukum dan prosedur wakaf, ketidaktahuan tentang pentingnya pencatatan tanah wakaf secara resmi, serta konflik internal antara ahli waris dan nazhir. Oleh karena itu, komunikasi yang bersifat persuasif dibutuhkan untuk memberikan edukasi, membangun kesadaran, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menyelesaikan dan mencegah sengketa tanah wakaf.

Di Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang, pendekatan persuasif menjadi strategi utama dalam mengatasi persoalan-persoalan tersebut. Penyuluh agama dan petugas KUA memanfaatkan komunikasi persuasif untuk mendekati masyarakat, menjelaskan urgensi legalitas wakaf, menyelesaikan konflik secara damai, dan mengarahkan masyarakat untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai keagamaan yang mendorong pengelolaan wakaf secara amanah dan berkelanjutan. Setelah memahami pentingnya peran komunikasi persuasif dalam konteks ini, maka bentuk-bentuk komunikasi persuasif yang digunakan di Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpesonal Komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang bersifat langsung, pribadi, dan interaktif. Komunikasi ini dapat dilakukan secara tatap muka maupun melalui media seperti telepon, pesan teks, dan video call. Tujuan utama dari komunikasi interpersonal adalah membangun hubungan, menyampaikan informasi, serta mempengaruhi sikap atau perilaku pihak lain.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang yang saling berinteraksi secara langsung atau melalui media, dengan tujuan menciptakan dan mempertahankan hubungan sosial.” Komunikasi interpersonal memiliki kedalaman hubungan yang lebih tinggi dibandingkan komunikasi publik atau komunikasi massa, karena adanya keterlibatan emosional, timbal balik, dan keakraban antara komunikator dan komunikan. Berikut wawancara peneliti dengan narasumber.

“Saya dan teman-teman penyuluh biasa melaksanakan komunikasi interpersonal dengan wakif dan nadzir, yaitu dengan mengunjungi secara langsung rumah nadzir dan wakif yang tanah wakaf masjid yang belum bersertifikat wakaf. Dengan komunikasi secara langsung kami anggap lebih efektif, supaya kami bisa menjelaskan prosedur dan syarat-syarat mendaftar tanah wakaf, dan biasa juga ada nadzir dan wakif yang melakukan komunikasi interpersonal melalui media komunikasi telp/WhatsApp.<sup>105</sup>

Komunikasi interpersonal yang dilakukan penyuluh agama kepada wakif dan nadzir, baik secara langsung maupun melalui media seperti telepon/WhatsApp, merupakan strategi persuasif yang efektif dalam menyampaikan informasi tentang prosedur dan pentingnya sertifikasi tanah wakaf. Komunikasi ini memungkinkan terjadinya dialog dua arah, membangun kedekatan, dan meningkatkan kepercayaan, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diterima. Pendekatan ini sangat relevan dengan karakter masyarakat setempat yang lebih responsif terhadap pendekatan personal dan kekeluargaan.

Saya sebagai kepala KUA kecamatan Maiwa, memiliki tanggung jawab untuk mensukseskan program pemerintah, agar tanah wakaf masjid di wilayah Kecamatan Maiwa bisa bersertifikat wakaf, bentuk komunikasi interpersonal yang biasa kami praktekkan yaitu secara tatap muka, seperti masyarakat kecamatan maiwa datang ke kantor untuk berkonsultasi terkait persoalan yang hadapi, ada yang konsultasi pernikahan, ada yang konsultasi tentang pengurusan tanah

---

<sup>105</sup>Sulaeman kadir, *Penyuluh agama islam KUA Kecamatan maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

wakaf, dan biasa juga masyarakat yang tidak sempat datang ke kantor, biasa di telp/whatsapp kami, komunikasi secara langsung atau melalui telp, kami siap melayani masyarakat kami.<sup>106</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, Kepala KUA Kecamatan Maiwa menyampaikan bahwa sebagai pemangku amanah, ia memiliki tanggung jawab dalam menyukseskan program pemerintah terkait sertifikasi tanah wakaf masjid. Bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan meliputi konsultasi tatap muka di kantor, di mana masyarakat datang untuk menyampaikan persoalan seperti pernikahan maupun pengurusan tanah wakaf. Selain itu, komunikasi juga dilakukan melalui telepon atau WhatsApp bagi masyarakat yang tidak sempat hadir langsung. Dalam setiap interaksi, pihak KUA berupaya memberikan pelayanan dan penjelasan secara persuasif kepada masyarakat.

Komunikasi interpersonal merupakan strategi utama dalam komunikasi persuasif yang digunakan oleh Kepala KUA dalam meminimalisir problematika tanah wakaf. Melalui pendekatan langsung dan responsif, pesan-pesan tentang pentingnya sertifikasi wakaf dapat tersampaikan secara efektif, membangun kepercayaan masyarakat, serta mendorong mereka untuk bertindak. Hal ini mendukung fokus tesis Anda mengenai efektivitas komunikasi persuasif dalam pengelolaan wakaf di Kecamatan Maiwa.

Dalam pelaksanaan wakaf, komunikasi interpersonal memainkan peranan penting dalam menyampaikan informasi tentang hukum, manfaat, dan pengelolaan wakaf. Komunikasi ini dapat dilakukan oleh Kepala KUA, Penyuluh Agama Islam, Penghulu dan tokoh agama, kepada

---

<sup>106</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

masyarakat. Melalui komunikasi yang bersifat pribadi dan persuasif, masyarakat diharapkan lebih memahami dan tergerak untuk mengurus sertifikat tanah wakafnya.

## 2) Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok memegang peranan penting, khususnya dalam forum-forum yang melibatkan nazhir (pengelola wakaf), pihak donatur (wakif), tokoh masyarakat, serta pihak-pihak lain yang berkepentingan. Melalui komunikasi kelompok yang efektif, berbagai permasalahan wakaf seperti kurangnya partisipasi masyarakat, ketidaktahuan terhadap prosedur wakaf, atau pemanfaatan aset wakaf yang tidak optimal dapat diminimalisir.

Komunikasi kelompok tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga merupakan proses kolaboratif dalam membangun pemahaman bersama. Dalam kegiatan sosial keagamaan seperti wakaf, komunikasi kelompok dapat difungsikan sebagai media edukasi, sosialisasi kebijakan, hingga pembentukan kesepakatan dalam pengambilan keputusan strategis. Misalnya, dalam rapat nazhir, diskusi kelompok tentang optimalisasi aset wakaf memerlukan komunikasi yang terbuka, partisipatif, dan solutif agar keputusan yang diambil bersifat kolektif dan berorientasi pada kemaslahatan umat. Berikut hasil wawancara peneliti dengan narasumber terkait bentuk komunikasi kelompok yang diterapkan di KUA Kecamatan Maiwa.

Kalau ditanya soal bentuk komunikasi kelompok yang kami lakukan dalam rangka menyelesaikan persoalan tanah wakaf, saya bisa bilang cukup beragam, Kami biasa membina majelis taklim di berbagai desa, karena forum seperti itu sangat efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan sekaligus memberikan pemahaman tentang pentingnya wakaf. Di situ, kami tidak hanya menyampaikan materi

satu arah, tapi juga berdiskusi dengan jamaah, mendengarkan pandangan mereka, dan mengklarifikasi berbagai hal yang masih belum mereka pahami terkait tanah wakaf. Selain itu, kami juga rutin mengadakan kegiatan safari dakwah, di mana kami mendatangi desa-desa secara bergiliran. Dalam kegiatan itu, kami menyampaikan ceramah, memberi tausiyah, dan tentunya menyisipkan pesan-pesan penting seputar tata kelola wakaf. Tidak ketinggalan juga kegiatan safari Ramadhan yang biasanya kami lakukan setiap tahun. Momentum Ramadhan ini sangat tepat karena masyarakat lebih terbuka untuk menerima nasihat dan ajakan kebaikan. Jadi, kami memanfaatkan untuk menekankan pentingnya menjaga tanah wakaf dan mendorong agar proses sertifikasinya segera dilakukan. Semua kegiatan itu menurut saya merupakan bagian dari komunikasi kelompok yang cukup efektif, karena melibatkan banyak pihak dalam suasana yang hangat, terbuka, dan penuh semangat keagamaan.”<sup>107</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Penyuluh agama Islam, diketahui bahwa bentuk komunikasi kelompok yang digunakan dalam upaya meminimalisir problematika tanah wakaf di wilayah Kecamatan Maiwa dilakukan melalui berbagai kegiatan keagamaan yang melibatkan partisipasi masyarakat secara langsung dan kolektif. Bentuk kegiatan tersebut meliputi pembinaan majelis taklim, pelaksanaan safari dakwah dari desa ke desa, serta kegiatan safari Ramadhan. Melalui majelis taklim, penyuluh agama dan tokoh masyarakat menyampaikan informasi secara rutin terkait pentingnya menjaga aset wakaf serta prosedur pengelolaannya. Forum ini menjadi ruang dialog yang mendorong masyarakat untuk saling bertukar pikiran dan mendalami pemahaman tentang wakaf secara lebih luas. Interaksi yang terjadi dalam majelis taklim tidak hanya satu arah, tetapi juga membuka ruang klarifikasi terhadap berbagai persoalan wakaf yang dihadapi masyarakat.

Selain itu, kegiatan safari dakwah dan safari Ramadhan juga menjadi bentuk komunikasi kelompok yang cukup efektif, karena mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas dan merata, khususnya di desa-

---

<sup>107</sup>Rahmaniyanti, *Penyuluh agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

desa yang belum terakses oleh kegiatan pembinaan secara rutin. Safari dakwah dilakukan dengan pendekatan langsung ke masyarakat di berbagai wilayah, menyampaikan pesan keagamaan yang disertai dengan ajakan untuk mengurus dan menjaga tanah wakaf. Begitu pula dengan safari Ramadhan, yang dilaksanakan pada momen keagamaan yang sarat nilai spiritual, menjadi kesempatan yang tepat untuk menyisipkan pesan-pesan tentang pentingnya sertifikasi wakaf. Secara teoritis, bentuk komunikasi ini termasuk ke dalam komunikasi persuasif berbasis kelompok, di mana penyampaian pesan dilakukan dalam suasana kebersamaan, kekeluargaan, dan dialogis. Komunikasi kelompok seperti ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana internalisasi nilai, pembentukan sikap, serta peningkatan kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya menjaga tanah wakaf demi kemaslahatan umat.

Sebagai Kepala KUA, kami sering memanfaatkan berbagai forum kelompok untuk menyampaikan pesan-pesan terkait wakaf. Beberapa bentuk komunikasi kelompok yang kami lakukan antara lain melalui rapat lintas sektoral, rapat tingkat kecamatan dan desa, serta kegiatan-kegiatan keagamaan seperti Safari Ramadhan dan peringatan hari besar Islam (PHBI). Di forum-forum tersebut, kami memberikan edukasi tentang pentingnya menjaga dan mengurus tanah wakaf secara benar. Selain itu, khutbah Jumat juga menjadi salah satu media yang kami manfaatkan untuk menyampaikan pesan wakaf kepada jamaah secara langsung. Dengan adanya forum-forum seperti ini, pesan-pesan keagamaan, termasuk soal wakaf, bisa diterima lebih luas dan membangun kesadaran bersama di tengah masyarakat.”<sup>108</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala KUA Kecamatan Maiwa, dapat diketahui bahwa bentuk komunikasi kelompok yang diterapkan dalam upaya meminimalisir problematika tanah wakaf dilakukan melalui berbagai forum keagamaan dan sosial yang melibatkan banyak pihak. Bentuk komunikasi kelompok tersebut antara lain berupa rapat lintas sektoral, rapat tingkat kecamatan dan desa, kegiatan Safari

---

<sup>108</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

Ramadhan, peringatan hari besar Islam (PHBI), serta khutbah Jumat. Melalui rapat lintas sektoral dan rapat tingkat kecamatan/desa, Penghulu dan penyuluh agama berperan aktif menyampaikan informasi, edukasi, dan ajakan kepada tokoh masyarakat serta aparat desa agar bersama-sama mendukung proses legalisasi tanah wakaf dan menghindari konflik administratif maupun sosial. Forum tersebut juga menjadi wadah koordinasi dan kolaborasi antara penyuluh dengan pihak-pihak yang memiliki pengaruh dalam pengambilan kebijakan di tingkat lokal.

Selain itu, kegiatan Safari Ramadhan dan PHBI dimanfaatkan sebagai momentum yang tepat untuk menyampaikan pesan-pesan wakaf kepada masyarakat dalam suasana keagamaan yang lebih terbuka dan menyentuh. Kehadiran masyarakat secara masif dalam kegiatan keagamaan tersebut memberikan peluang besar untuk menyampaikan materi dakwah secara kolektif, termasuk pentingnya menjaga dan menyertifikasi tanah wakaf. Tidak kalah penting, khutbah Jumat juga dijadikan sebagai media komunikasi kelompok yang efektif, karena mampu menjangkau jamaah laki-laki dewasa yang umumnya memiliki peran penting dalam pengelolaan aset keluarga dan masyarakat. Secara keseluruhan, bentuk komunikasi kelompok yang disampaikan oleh Narasumber menunjukkan pendekatan persuasif yang terstruktur dan melibatkan partisipasi masyarakat secara luas. Pendekatan ini selaras dengan prinsip komunikasi persuasif yang mengedepankan aspek emosional, kultural, dan rasional, serta berkontribusi besar dalam membangun kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya tanah wakaf sebagai aset umat.

Keberhasilan komunikasi kelompok dalam pengelolaan wakaf juga ditentukan oleh kualitas interpersonal antaranggota, termasuk kemampuan mendengarkan, menyampaikan gagasan dengan sopan, serta menyelesaikan perbedaan pendapat tanpa konflik berkepanjangan. Peran pemimpin kelompok, dalam hal ini bisa berupa ketua lembaga wakaf atau tokoh masyarakat, juga krusial untuk menjaga dinamika komunikasi tetap sehat dan produktif.

Dengan demikian, komunikasi kelompok yang efektif dapat menjadi sarana persuasif yang strategis untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam wakaf, sekaligus menjadi alat untuk menyelesaikan berbagai problematika yang muncul di lapangan.

### 3) Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran informasi, gagasan, dan pesan di dalam suatu sistem organisasi, baik secara vertikal, horizontal, maupun diagonal, yang bertujuan untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Komunikasi ini berlangsung antara individu, kelompok, maupun divisi dalam suatu organisasi yang saling bergantung dan berinteraksi.

Dalam konteks lembaga wakaf, komunikasi organisasi memainkan peranan yang sangat penting dalam membangun hubungan antar pengelola (nazhir), membentuk pemahaman bersama, serta menjalin komunikasi yang efektif dengan masyarakat sebagai wakif atau calon wakif. Ketika proses komunikasi dalam organisasi berlangsung secara terstruktur dan strategis, maka potensi problematika wakaf dapat diminimalisir secara

signifikan. Adapun Berikut hasil wawancara peneliti dengan narasumber terkait bentuk komunikasi kelompok yang diterapkan di KUA Kecamatan Maiwa.

“Kalau berbicara mengenai bentuk komunikasi organisasi yang kami lakukan, sebenarnya cukup sederhana tapi efektif. “Kami sering mengadakan bincang santai di lingkungan Kantor Urusan Agama, bersama kepala KUA, penyuluh agama, dan staf-staf lainnya. Dalam suasana santai itu, kami biasanya berdiskusi tentang berbagai persoalan yang sedang dihadapi, termasuk masalah tanah wakaf. Meskipun informal, pembicaraan seperti ini sering menghasilkan ide-ide atau solusi yang bisa segera ditindaklanjuti. Selain itu, kami juga terlibat dalam rapat-rapat resmi, seperti pertemuan dengan Ikatan Penyuluh Agama Republik Indonesia (IPARI) tingkat Kabupaten Enrekang. Di forum tersebut, kami membahas program-program kerja terkait wakaf dan strategi kolaborasi antarpenguluh. Kami juga sering mengikuti rapat bersama Kepala Seksi Penyelenggaraan Zakat dan Wakaf dari Kantor Kementerian Agama Kabupaten. Rapat tersebut membahas kebijakan dan koordinasi teknis dalam menyelesaikan problematika wakaf di kecamatan, termasuk pembaruan data tanah wakaf dan langkah-langkah sertifikasi. Semua kegiatan ini menjadi bagian dari komunikasi organisasi yang kami jalankan agar koordinasi dan pelaksanaan program wakaf bisa berjalan dengan baik dan terarah.”<sup>109</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi dalam konteks pengelolaan tanah wakaf di Kecamatan Maiwa dilakukan melalui dua pendekatan, yakni komunikasi formal dan informal. Bentuk komunikasi informal tampak dalam kegiatan bincang santai antara kepala KUA, penyuluh agama, dan staf, yang meskipun tidak bersifat resmi, namun efektif dalam menyampaikan informasi dan mencari solusi atas persoalan yang dihadapi. Sementara itu, komunikasi formal diwujudkan melalui rapat-rapat resmi, seperti pertemuan dengan Ikatan Penyuluh Republik Indonesia (IPARI) tingkat kabupaten serta koordinasi dengan Kepala Seksi Penyelenggaraan Zakat dan Wakaf. Komunikasi organisasi ini berfungsi sebagai saluran koordinatif dan strategis untuk

---

<sup>109</sup>Sulaeman kadir, *Penyuluh agama islam KUA Kecamatan maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

memperkuat sinergi antarunit, menyamakan persepsi, serta merumuskan langkah-langkah sistematis dalam menyelesaikan problematika tanah wakaf. Pendekatan ini mencerminkan pentingnya struktur dan alur komunikasi dalam sebuah organisasi untuk menunjang efektivitas program kerja.

“saya biasanya menerapkan bentuk komunikasi organisasi yang cukup intensif, baik secara formal maupun informal. “Secara formal, kami rutin mengikuti rapat koordinasi bulanan bersama kepala KUA se-Kabupaten Enrekang, yang juga dihadiri oleh Kasi Bimas, Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten, serta Kasi Penyelenggaraan Zakat dan Wakaf. Dalam forum tersebut, kami membahas berbagai program kerja termasuk upaya percepatan sertifikasi tanah wakaf dan penanganan persoalan administratif yang muncul di lapangan.” Ia menambahkan, “Selain itu, kami juga terlibat dalam rapat lintas sektoral tingkat kecamatan, bersama camat, kepala desa, penyuluh, dan tokoh masyarakat. Forum ini menjadi wadah koordinasi untuk menjembatani komunikasi antara KUA dan lembaga lain dalam hal penyuluhan dan penanganan masalah sosial keagamaan, termasuk wakaf.” Narasumber juga menekankan pentingnya komunikasi internal yang dibangun secara santai namun produktif. “Di lingkungan KUA Maiwa sendiri, kami sering melakukan bincang santai dengan seluruh pegawai, baik itu penyuluh, penghulu, maupun staf administrasi. Dalam suasana informal ini, kami berdiskusi dan saling memberi masukan agar pelayanan dan program kerja KUA, termasuk pengelolaan tanah wakaf, bisa berjalan lebih efektif dan menyentuh kebutuhan masyarakat.”<sup>110</sup>

Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikasi organisasi dalam lingkup KUA Kecamatan Maiwa dijalankan secara terstruktur dan berkesinambungan melalui jalur formal maupun informal. Komunikasi formal tercermin dalam kegiatan rapat koordinasi bulanan bersama kepala KUA se-Kabupaten Enrekang, Kasi Bimas, Kepala Kantor Kemenag, serta Kasi Penyelenggaraan Zakat dan Wakaf. Forum ini menjadi sarana pengambilan keputusan, evaluasi program, serta koordinasi kebijakan, termasuk dalam menangani persoalan tanah wakaf. Selain itu, pelaksanaan rapat lintas sektoral di tingkat kecamatan juga menunjukkan bentuk

---

<sup>110</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

kolaborasi antarinstansi yang penting dalam menyatukan langkah berbagai pihak terhadap problematika sosial keagamaan.

Komunikasi informal yang diterapkan melalui kegiatan bincang santai bersama pegawai KUA, seperti penyuluh, penghulu, dan staf. Meskipun bersifat non-formal, komunikasi ini memiliki nilai strategis karena mampu membangun kedekatan emosional, menciptakan suasana kerja yang kondusif, dan mendorong keterbukaan dalam menyampaikan ide atau persoalan yang dihadapi. Pola komunikasi organisasi seperti ini memperlihatkan bahwa efektivitas koordinasi internal maupun eksternal sangat bergantung pada keteraturan informasi, kejelasan jalur komunikasi, serta hubungan kerja yang harmonis di antara pelaku organisasi. Dengan demikian, komunikasi organisasi yang baik menjadi fondasi penting dalam mendukung keberhasilan program-program keagamaan, termasuk dalam upaya menyelesaikan problematika tanah wakaf.

#### 4) Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak luas melalui media massa, seperti surat kabar, radio, televisi, dan media digital. Komunikasi ini bersifat satu arah, menjangkau audiens yang heterogen, dan tidak mengenal secara langsung para penerima pesannya. Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikirimkan melalui media kepada sejumlah besar orang, komunikasi massa menggunakan saluran teknologi modern untuk menjangkau banyak orang secara cepat dan serempak.

Dalam konteks tesis ini, yaitu komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid, komunikasi massa memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana penyebaran pesan-

pesan persuasif kepada masyarakat. Problematika yang sering muncul terkait tanah wakaf masjid, seperti status kepemilikan yang belum jelas, belum disertifikatkan, atau adanya sengketa dengan pihak lain, sering kali terjadi akibat kurangnya pengetahuan masyarakat tentang prosedur dan hukum wakaf. Oleh karena itu, komunikasi massa dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi dan edukasi yang bersifat membujuk (persuasif), guna membentuk kesadaran dan mendorong perubahan sikap masyarakat terhadap pentingnya legalitas dan pengelolaan wakaf secara profesional. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber yaitu bentuk Komunikasi Massa yang diterapkan di KUA Kecamatan Maiwa.

Salah satu bentuk komunikasi massa yang telah dilakukan adalah dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk membagikan poster dakwah bertema wakaf. Melalui platform digital ini, diharapkan informasi tentang wakaf dapat menjangkau lebih banyak orang, khususnya generasi muda dan masyarakat yang aktif di dunia maya. Namun demikian, pemanfaatan media massa secara optimal masih menghadapi kendala, terutama dalam hal keterampilan membuat konten yang menarik dan relevan. Oleh karena itu, diperlukan adanya pelatihan dari Kementerian Agama agar para penghulu maupun penyuluh agama memiliki kemampuan teknis dalam produksi konten digital. Dengan pelatihan tersebut, penyampaian pesan wakaf melalui media online dapat dilakukan secara lebih profesional, terarah, dan berdampak luas bagi masyarakat.<sup>111</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa komunikasi massa menjadi salah satu strategi yang mulai dimanfaatkan dalam mensosialisasikan pentingnya wakaf di era digital. Penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram menjadi sarana efektif dalam menjangkau masyarakat secara luas, terutama kalangan muda yang lebih akrab dengan teknologi. Bentuk komunikasi ini menunjukkan adanya

adaptasi terhadap perkembangan zaman, di mana penyampaian pesan dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional, tetapi juga melalui media digital yang bersifat cepat, interaktif, dan massal.

Efektivitas komunikasi massa masih terkendala oleh keterbatasan kemampuan teknis dalam membuat konten yang menarik dan informatif. Oleh karena itu, diperlukan dukungan kelembagaan, khususnya dari Kementerian Agama, dalam bentuk pelatihan pembuatan konten digital. Hal ini penting agar para penghulu dan penyuluh agama dapat menjadi komunikator yang mampu memanfaatkan media massa secara optimal. Dengan demikian, komunikasi massa tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga berpotensi menjadi jalur utama dalam menyebarkan pemahaman masyarakat tentang wakaf secara lebih modern dan relevan.

Tugas utama penyuluh agama adalah memberikan bimbingan secara langsung kepada masyarakat, baik melalui pertemuan tatap muka maupun dengan memanfaatkan media online. Dalam konteks saat ini, penggunaan media digital dianggap sebagai sarana yang efektif untuk menyampaikan materi penyuluhan, termasuk tentang pentingnya wakaf. Melalui media sosial, penyuluh dapat menjangkau lebih banyak orang tanpa dibatasi ruang dan waktu. Namun dalam pelaksanaannya, masih terdapat sejumlah kendala, khususnya dalam hal keterampilan teknis. Sebagian besar penyuluh yang bertugas di KUA rata-rata berusia di atas 50 tahun, sehingga cukup banyak yang belum terbiasa atau bahkan kesulitan dalam menggunakan teknologi digital. Pengetahuan dalam membuat konten, poster, flyer, maupun mengedit video masih sangat terbatas. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya pelatihan khusus dalam bidang pembuatan konten dakwah digital. Pelatihan tersebut diharapkan mampu membekali penyuluh dengan kemampuan teknis yang memadai, sehingga mereka dapat beradaptasi dengan era digital dan mampu melakukan sosialisasi wakaf secara efektif melalui media sosial.<sup>112</sup>

Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikasi massa melalui media online dipandang sebagai cara yang efektif untuk menyampaikan penyuluhan keagamaan, termasuk sosialisasi wakaf. Namun,

---

<sup>112</sup>Sitti salawati, penyuluh agama Islam KUA Kecamatan Maiwa, wawancara dengan peneliti, juni 2025

efektivitasnya masih terkendala oleh keterbatasan kemampuan teknis para penyuluh, terutama dalam membuat konten digital. Hal ini disebabkan sebagian besar penyuluh agama KUA Kecamatan Maiwa telah berusia di atas 50 tahun dan belum terbiasa dengan teknologi. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan konten digital sangat dibutuhkan agar penyuluh mampu memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana dakwah dan edukasi wakaf di era digital.

Melalui media massa, pesan-pesan komunikasi persuasif dapat disampaikan secara luas, seperti ajakan untuk melakukan wakaf dengan prosedur hukum yang benar, pentingnya sertifikasi tanah wakaf masjid, serta partisipasi masyarakat dalam menjaga aset wakaf. Dengan demikian, komunikasi massa tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam mendukung komunikasi persuasif untuk meminimalisir konflik dan permasalahan yang berkaitan dengan tanah wakaf masjid.

## **2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang**

### **a. Faktor Pendukung Komunikasi Persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang**

#### **1). Peran Pemerintah**

Pemerintah melalui lembaga seperti Kementerian Agama, BPN, dan BWI memiliki peran sebagai fasilitator utama dalam sistem wakaf. Perannya tidak terbatas pada pemberlakuan regulasi, tetapi juga pada

penyuluhan, pembinaan, dan pendampingan masyarakat dalam proses sertifikasi tanah wakaf. Berikut wawancara peneliti dengan narasumber.

"Pemerintah melalui KUA dan Badan Wakaf Indonesia sangat membantu kami dalam penyuluhan dan sosialisasi kepada masyarakat. Adanya regulasi dan pendampingan dari pemerintah mempermudah kami dalam meyakinkan masyarakat untuk mengurus sertifikat tanah wakaf."<sup>113</sup>

Komunikasi persuasif dari pihak pemerintah dapat memperkuat rasa percaya masyarakat terhadap pentingnya pengakuan hukum atas tanah wakaf, bukan sebagai ancaman terhadap tradisi, melainkan sebagai upaya perlindungan. Secara meta, pemerintah menghubungkan antara nilai agama dan sistem negara, sehingga memberi landasan legal yang menjamin keberlanjutan fungsi sosial tanah wakaf.

## 2). Peran Da'i

Da'i atau juru dakwah memiliki kekuatan pengaruh emosional dan spiritual yang besar di tengah masyarakat. Dalam konteks komunikasi persuasif, peran da'i sangat penting untuk membangkitkan kesadaran keagamaan terkait pentingnya menjaga amanah wakaf dan menghindari penyalahgunaannya. Melalui ceramah, nasihat, dan khutbah, da'i mampu mbingkai problematika wakaf sebagai persoalan moral yang berdampak pada kehidupan akhirat.

"Kami sering mengingatkan jamaah bahwa wakaf adalah amanah. Salah satu bentuk penjagaannya adalah dengan mengurus sertifikat tanah wakaf agar jelas status hukumnya dan tidak menimbulkan masalah di kemudian hari."<sup>114</sup>

---

<sup>113</sup>Hasni Ballado, *penyuluh agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, juni 2025

<sup>114</sup>Sulaeman Kadir, *penyuluh agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, juni 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu da'i Kecamatan Maiwa, diketahui bahwa peran da'i sangat strategis dalam mendukung komunikasi persuasif terkait problematika tanah wakaf yang belum bersertifikat. Dalam pelaksanaan dakwah, baik melalui ceramah, pengajian rutin, maupun kegiatan keagamaan lainnya, da'i menyampaikan pentingnya menjaga amanah wakaf, salah satunya dengan menyertifikatkan tanah wakaf agar memiliki kekuatan hukum.

Pendekatan yang dilakukan oleh da'i bersifat keagamaan dan emosional, yang pada umumnya lebih mudah diterima oleh masyarakat dibanding pendekatan administratif. Pesan-pesan wakaf yang disampaikan dikaitkan langsung dengan nilai-nilai ibadah dan tanggung jawab di hadapan Allah, sehingga mampu menyentuh sisi spiritual masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan oleh da'i bersifat efektif, karena menggunakan bahasa agama yang familier bagi masyarakat serta disampaikan dalam suasana religius. Dengan demikian, da'i tidak hanya menjalankan peran sebagai penyampai ajaran Islam, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu mengarahkan masyarakat untuk menyelesaikan persoalan wakaf dengan bijak dan taat hukum.

### 3). Peran Wakif dan Nadzir

Wakif sebagai pihak yang mewakafkan hartanya merupakan sumber utama legitimasi wakaf. Dalam konteks komunikasi persuasif, keberadaan wakif atau ahli warisnya menjadi faktor yang sangat menentukan. Wakif yang secara sadar dan tegas menyatakan niat wakaf baik secara lisan, tertulis, maupun melalui akta ikrar wakaf dapat

memperkuat posisi nadzir dan mendorong masyarakat untuk menghormati hak wakaf tersebut. Bahkan, keterlibatan wakif dalam menjelaskan maksud dan tujuan wakaf secara langsung kepada lingkungan sekitarnya dapat menjadi bentuk persuasi yang sangat kuat karena bersifat personal dan emosional.

Nadzir adalah pelaksana teknis amanah wakaf yang berada di garis depan pengelolaan aset wakaf. Perannya sebagai pengelola menjadikan nadzir sebagai juru bicara wakif sekaligus penjaga niat suci wakaf. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh nadzir menjadi sangat penting, terutama ketika muncul konflik antara ahli waris atau masyarakat sekitar dengan pengelola. Nadzir yang terbuka, komunikatif, dan memahami aspek hukum wakaf akan lebih mudah membangun dialog dan menjembatani kepentingan berbagai pihak. Secara meta, nadzir adalah titik tengah antara nilai spiritual, administratif, dan sosial dalam ranah perwakafan.

“Nadzir dan wakif itu sangat penting. Kalau mereka proaktif dan memahami pentingnya sertifikat, maka prosesnya bisa lebih cepat. Kami di KUA hanya bisa memfasilitasi, tapi inisiatif awal dan kelengkapan dokumen itu dari mereka, Kadang masalahnya bukan di KUA atau BPN, tapi dari wakif yang tidak tahu atau belum sadar pentingnya sertifikat. Begitu juga nadzir yang pasif. Jadi sinergi semua pihak itu sangat dibutuhkan.”<sup>115</sup>

Hasil wawancara dengan staf KUA menunjukkan bahwa peran nadzir dan wakif merupakan faktor pendukung penting dalam keberhasilan komunikasi persuasif terkait sertifikasi tanah wakaf. Meskipun pemerintah dan tokoh agama telah aktif melakukan penyuluhan, proses sertifikasi

---

<sup>115</sup>Bujawati Sri Lestari, *staf KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, juni 2025

tidak akan berjalan optimal tanpa partisipasi aktif dari nadzir sebagai pengelola wakaf dan wakif sebagai pihak pemberi wakaf.

Kurangnya pemahaman atau kepedulian dari nadzir dan wakif sering menjadi penghambat utama. Oleh karena itu, komunikasi persuasif harus diarahkan tidak hanya kepada masyarakat umum, tetapi secara khusus juga kepada para nadzir dan wakif agar mereka menyadari tanggung jawab hukum dan keagamaannya dalam menyelesaikan legalitas tanah wakaf.

Keempat aktor pemerintah, nadzir, da'i, dan wakif mewakili empat elemen penting dalam komunikasi persuasif: otoritas legal, pengelolaan amanah, kesadaran moral, dan niat spiritual. Ketika keempatnya saling bersinergi dalam membangun narasi bersama kepada masyarakat, maka efektivitas persuasi akan meningkat. Pemerintah menjamin kepastian hukum, nadzir menjamin tata kelola, da'i menjamin kesadaran nilai, dan wakif menjamin keabsahan niat. Dalam perspektif meta-komunikatif, kolaborasi keempat aktor ini membentuk jaringan persuasi yang kokoh: dari atas (regulasi), dari dalam (niat), dari samping (pengelolaan), dan dari hati (kesadaran). Inilah struktur ideal komunikasi persuasif dalam konteks penyelesaian problematika tanah wakaf masjid.

- b. Faktor penghambat komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf Masjid di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang

Komunikasi persuasif merupakan strategi penting dalam mengatasi problematika wakaf, terutama dalam konteks wakaf masjid, keberhasilannya sangat ditentukan oleh sejumlah faktor pendukung dan penghambat. Pada praktiknya, berbagai hambatan masih ditemukan dalam

upaya menyampaikan pesan-pesan persuasif kepada masyarakat. Berikut ini adalah beberapa faktor penghambat utama yang kerap menghambat efektivitas komunikasi persuasif di lapangan:

1). Kurangnya sumber daya manusia yang kompeten

Salah satu hambatan utama dalam komunikasi persuasif terkait wakaf adalah kurangnya tenaga atau sumber daya manusia (SDM) yang memiliki kompetensi di bidang perwakafan, komunikasi sosial, dan pendekatan persuasif. Banyak nadzir atau tokoh masyarakat yang diberi amanah mengelola wakaf tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pelatihan yang memadai dalam bidang tersebut. Akibatnya, komunikasi yang dilakukan tidak terstruktur, cenderung emosional, dan kurang meyakinkan. Dalam konteks ini, ketidaksiapan SDM menjadi penghalang utama untuk menyampaikan pesan-pesan yang logis, sistematis, dan dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat.

“Kami di lapangan seringkali menghadapi kendala karena tidak semua pegawai memahami secara teknis proses sertifikasi tanah wakaf. Ada juga yang belum cukup terlatih untuk menjelaskan secara detail kepada masyarakat, dan “Pegawai di KUA Maiwa terbatas, sementara wilayah kerja luas. Jadi kadang masyarakat tidak terjangkau penyuluhan, padahal banyak yang perlu diedukasi.”<sup>116</sup>

Hasil wawancara menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten dan kurangnya pemahaman pegawai KUA terhadap prosedur sertifikasi wakaf menjadi salah satu faktor penghambat dalam pelaksanaan komunikasi persuasif. Kondisi ini menyebabkan penyampaian informasi kepada masyarakat tidak berjalan optimal, bahkan

<sup>116</sup>Ismail Marsuki, *staf KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, juni 2025

berpotensi menimbulkan miskomunikasi atau kurangnya kepercayaan publik terhadap proses yang ditawarkan.

Keterbatasan jumlah pegawai juga berdampak pada tidak meratanya pelaksanaan penyuluhan, sehingga banyak masyarakat yang belum teredukasi secara maksimal mengenai pentingnya legalitas tanah wakaf. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi persuasif sangat bergantung pada kesiapan internal lembaga, termasuk kapasitas SDM-nya.

## 2). Akses lokasi yang sulit dijangkau

Kondisi geografis atau lokasi masjid yang terpencil, sulit dijangkau, atau berada di daerah konflik menjadi kendala teknis yang menghambat proses komunikasi. Medan yang berat dan akses yang terbatas menyebabkan terbatasnya frekuensi interaksi antara pihak komunikator (seperti penyuluh, nadzir wilayah, atau pemerintah) dengan masyarakat.

Beberapa lokasi tanah wakaf berada di daerah terpencil, jalannya sulit dilalui, bahkan harus lewat pegunungan atau sungai. Ini membuat kami kesulitan melakukan penyuluhan secara langsung. Kalau masyarakatnya jauh dan tidak bisa kami jangkau secara rutin, tentu edukasi soal pentingnya sertifikat juga jadi terbatas. Akhirnya banyak yang menunda atau tidak mengurus sama sekali.<sup>117</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa akses lokasi yang sulit dijangkau menjadi salah satu faktor penghambat komunikasi persuasif dalam proses pengurusan sertifikat tanah wakaf. Kondisi geografis yang terpencil menyebabkan penyuluh kesulitan menjangkau masyarakat secara langsung, sehingga penyampaian informasi dan edukasi

---

<sup>117</sup>Hasni Ballado, *penyuluh agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, juni 2025

tentang pentingnya sertifikasi tidak merata. Hal ini berdampak pada rendahnya kesadaran masyarakat serta lambatnya proses legalisasi tanah wakaf di daerah-daerah tertentu. Dengan demikian, hambatan geografis turut memengaruhi efektivitas komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pihak KUA maupun penyuluh agama.

Komunikasi persuasif idealnya membutuhkan kedekatan, pengulangan pesan, serta dialog berkelanjutan. Namun, semua ini sulit tercapai jika jarak geografis menciptakan hambatan fisik dalam pertemuan tatap muka. Dalam banyak kasus, lokasi juga memengaruhi ketersediaan sarana informasi, seperti media massa atau internet, yang berfungsi sebagai saluran komunikasi.

### 3). Kurangnya kerja sama lintas sektoral

Penyelesaian problematika wakaf membutuhkan kolaborasi berbagai pihak baik dari unsur pemerintah, nadzir, tokoh agama, akademisi, hingga lembaga swadaya masyarakat. Namun, sering kali kerja sama lintas sektoral ini tidak berjalan dengan optimal. Masing-masing lembaga atau pihak bekerja secara terpisah tanpa koordinasi yang jelas, sehingga pesan-pesan persuasif yang seharusnya bersifat komprehensif menjadi terpecah-pecah. Kurangnya sinergi ini juga menyebabkan tumpang tindih peran, konflik kepentingan, atau bahkan saling menyalahkan ketika terjadi kegagalan. Dalam konteks komunikasi persuasif, kondisi seperti ini menciptakan kebingungan dan ketidakpercayaan di tengah masyarakat terhadap informasi yang mereka terima.

Kalau tidak ada kerja sama antarlembaga, komunikasi kita ke masyarakat jadi terputus-putus. Masyarakat pun bingung harus bertanya ke siapa, dan ini memperlambat proses sertifikasi, Kami di KUA butuh dukungan dari semua pihak. Kalau hanya berjalan sendiri, hasilnya tidak maksimal. Misalnya saat masyarakat butuh kejelasan teknis, kami butuh bantuan BPN atau pemerintah desa untuk meminimalisir problematika wakaf.<sup>118</sup>

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kurangnya kerja sama lintas sektoral menjadi salah satu faktor penghambat komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf. Tanpa sinergi antara KUA, BPN, pemerintah desa, dan tokoh masyarakat, proses penyuluhan dan pendampingan kepada masyarakat menjadi tidak optimal. Hal ini menyebabkan informasi yang disampaikan tidak tersampaikan secara utuh dan terkoordinasi, sehingga berdampak pada lambatnya proses pengurusan sertifikat tanah wakaf. Oleh karena itu, komunikasi persuasif akan lebih efektif apabila didukung oleh kolaborasi lintas lembaga yang solid.

### **3. Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang**

Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Maiwa dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid berfokus pada pendekatan yang edukatif, humanis, dan partisipatif. Permasalahan seperti belum terbitnya sertifikat tanah wakaf serta adanya konflik antara ahli waris dan nadzir ditangani melalui penyuluhan yang dilakukan secara intensif di masjid, majelis taklim, dan forum-forum masyarakat. Materi disampaikan dengan bahasa yang komunikatif, disesuaikan dengan tingkat pemahaman masyarakat, serta didukung oleh pendekatan yang menyentuh sisi emosional dan spiritual.

---

<sup>118</sup>Izzul Muttaqin, *Penghulu KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, juni 2025

Pelibatan tokoh agama, tokoh masyarakat, serta aparat desa menjadi bagian dari strategi kultural yang mempermudah penerimaan pesan dakwah. Komunikasi dibangun melalui pendekatan kekeluargaan yang mendorong terjadinya dialog dan musyawarah. Selain itu, KUA juga membangun sinergi lintas sektoral dengan instansi seperti Badan Wakaf Indonesia (BWI), Badan Pertanahan Nasional (BPN), dan pemerintah desa untuk menyelesaikan aspek legalitas tanah wakaf secara komprehensif.

Pemanfaatan media sosial dan sarana digital turut menjadi bagian dari strategi dakwah modern yang dijalankan oleh penyuluh agama, dengan tujuan menjangkau generasi muda dan masyarakat yang lebih aktif di ranah digital. Dengan pendekatan yang persuasif, KUA berupaya mendorong kesadaran masyarakat untuk menjaga dan mengelola aset wakaf secara baik, sehingga potensi konflik dapat diminimalkan dan fungsi sosial wakaf masjid dapat berjalan secara optimal.

1) **Strategi komunikasi Persuasif dengan menerapkan Metode Dakwah *Al-hikmah*, Metode *Al Mauidzah Hasanah* dan Metode *Al Mujadalah***

Pendekatan komunikasi persuasif dalam dakwah memiliki dasar normatif yang kuat dalam Al-Qur'an, salah satunya terdapat pada Surah An-Nahl ayat 125. Dalam ayat tersebut, Allah memerintahkan Nabi Muhammad saw. untuk menyeru manusia ke jalan-Nya dengan hikmah, nasihat yang baik (*al-mau'izhah al-hasanah*), dan berdialog dengan cara yang terbaik (*mujādalāh billatī hiya aḥsan*). Tiga metode ini menggambarkan prinsip-prinsip utama dalam komunikasi persuasif, yakni penyampaian pesan yang dilakukan secara bijaksana, santun, serta disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan latar belakang audiens.

Dalam konteks upaya meminimalisir problematika tanah wakaf masjid, khususnya di wilayah Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang, pendekatan ini menjadi sangat relevan. Salah satu persoalan yang dihadapi adalah masih rendahnya pemahaman masyarakat terkait urgensi pencatatan dan penetapan hukum atas tanah wakaf secara formal. Banyak warga yang masih memegang pola pikir tradisional dalam pengelolaan tanah masjid, sehingga cenderung mengabaikan aspek legalitasnya.

Untuk itu, peran penyuluh agama dan pihak Kantor Urusan Agama (KUA) sangat vital dalam memberikan edukasi kepada masyarakat. Proses penyuluhan tersebut perlu dilakukan melalui pendekatan yang komunikatif dan persuasif, bukan dengan cara yang memaksa atau menggurui. Penyampaian pesan dengan penuh hikmah dan keteladanan akan lebih efektif dalam menyentuh hati masyarakat, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik. Allah swt, menetapkan dasar metodologi dakwah dalam Surah An Nahl/16: 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ  
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ<sup>119</sup>

Terjemahnya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan debatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.<sup>119</sup>

Surah An-Nahl ayat 125 menjadi dasar normatif yang sangat relevan dalam membentuk strategi komunikasi persuasif dalam penyelesaian persoalan wakaf. Nilai-nilai yang terkandung di dalamnya menegaskan bahwa dakwah dan penyuluhan hendaknya dilakukan secara cerdas,

<sup>119</sup>Kementerian Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahnya, h.281.

menyentuh hati, serta mengedepankan kemaslahatan bersama. Hal ini juga sejalan dengan strategi yang diimplementasikan oleh KUA Kecamatan Maiwa dalam membina masyarakat agar memahami pentingnya tata kelola wakaf yang sah, transparan, dan berorientasi pada kebermanfaatan umat. Adapun pendekatan komunikasi persuasif yang diterapkan berdasarkan surah An-nahl ayat 125.

#### 1. Metode *bil-Hikmah*.

*Al-hikmah* menurut etimologi kalimat *al-hikmah* berasal dari bahasa Arab, berakar dari huruf-huruf *ha*, *kaf*, dan *mim* yang mempunyai pengertian dasar mencegah. Kata hikmah adalah bentuk masdar dari kata *hakuma yahkuma* yang mempunyai pengertian yaitu ucapan yang sesuai dengan kebenaran, keadilan, pengetahuan dan lapang dada.<sup>120</sup>

Menurut terminologi dan pandangan para ulama diantara mereka terdapat pandangan yang berbeda-beda seperti pendapat Ibnu Manzur mengatakan bahwa *al-hikmah* ialah mengetahui sesuatu dengan pengetahuan yang sebaik-baiknya, oleh karena itu, seseorang yang memproduksi sesuatu benda dengan baik dan menguasai cara dan proses produksinya dinamakan dengan hakim yang berarti orang yang memiliki *al-hikmah*.<sup>121</sup>

Metode dakwah *al-hikmah* mengedepankan pendekatan yang penuh kebijaksanaan, ketepatan sasaran, rasionalitas, serta kelembutan dalam penyampaian pesan. Dalam konteks tesis ini, komunikasi persuasif yang digunakan oleh para penyuluh agama dan aparatur KUA untuk

---

<sup>120</sup>Abu Husain Ahmad, *Mu'jam Maqaiyis Al-Lughah* (Juz II; Mesir, 1970), h. 91.

<sup>121</sup>Arifuddin, *Keluarga Dalam Pembentukan Akhlak Islamiah*, (Yogyakarta: ombak) h.

menyelesaikan problematika tanah wakaf, seperti belum adanya sertifikat pemisahan, keterbatasan dokumen, hingga kendala geografis yang merupakan wujud nyata penerapan metode al-ḥikmah dalam praktik dakwah kelembagaan.

Upaya membujuk masyarakat agar melengkapi dokumen wakaf, meyakinkan nadzir untuk aktif mengurus sertifikat, dan memberikan pemahaman kepada ahli waris yang berada di luar daerah, tidak dapat dilakukan secara koersif. Dibutuhkan strategi komunikasi yang persuasif namun tetap santun dan berorientasi pada solusi. Di sinilah metode al-ḥikmah menjadi relevan, karena pesan disampaikan secara tepat sasaran, dengan mempertimbangkan psikologis dan budaya masyarakat setempat. Berikut hasil wawancara peneliti dengan Penyuluh Agama Islam.

“Problematika tanah wakaf di Kecamatan Maiwa salah satunya adalah akses lokasi yang jauh dan kondisi jalan yang rusak, terutama di daerah-daerah dataran tinggi. Hal ini menyulitkan kami untuk melakukan koordinasi secara langsung dengan masyarakat. Padahal komunikasi langsung sebenarnya lebih efektif agar jika ada masalah bisa cepat ditindaklanjuti. Dalam kondisi seperti ini, kami sebagai penyuluh agama tetap berusaha maksimal untuk membantu proses pengurusan sertifikat tanah wakaf, terutama bagi masjid-masjid yang belum bersertifikat. Saya pribadi merasa bahwa pendekatan yang paling cocok digunakan dalam situasi seperti ini adalah metode dakwah al-ḥikmah, yaitu menyampaikan dengan bijak, pelan-pelan, dan menyesuaikan kondisi masyarakat. Tidak bisa langsung menekan atau memaksa, apalagi kalau masyarakat belum terlalu paham soal pentingnya sertifikasi wakaf.”<sup>122</sup>

Penyuluh agama KUA Kecamatan Maiwa mengungkapkan secara langsung bahwa dalam menyikapi berbagai hambatan lapangan, terutama kondisi geografis yang sulit dan rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya sertifikasi wakaf, pendekatan yang paling relevan dan tepat digunakan adalah metode dakwah al-ḥikmah. Metode ini dipilih

---

<sup>122</sup>Cep Kurnia, *Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan Peneliti, Juni 2025

karena mengedepankan sikap bijaksana, tidak memaksa, serta mampu menyesuaikan pendekatan dakwah dengan tingkat pemahaman dan situasi sosial masyarakat setempat.

Penerapan metode *al-hikmah* ini dalam konteks komunikasi persuasif terlihat dari cara penyuluh menyampaikan pesan wakaf secara perlahan dan bertahap, tanpa menimbulkan tekanan atau konflik. Dalam situasi medan yang sulit dijangkau dan masyarakat yang masih awam terhadap pentingnya sertifikasi, metode *al-hikmah* menjadi jembatan agar pesan dakwah tetap sampai dan diterima dengan baik.

Komunikasi persuasif dalam ranah wakaf bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membutuhkan kearifan dalam pendekatan, penguasaan medan dakwah, dan kemampuan empatik dalam membangun kesadaran masyarakat. Dengan demikian, strategi penyuluh agama tersebut merupakan implementasi nyata dari metode dakwah *al-hikmah* yang sangat relevan dalam upaya meminimalisir problematika wakaf. Melalui pendekatan yang bijak dan persuasif, diharapkan masyarakat terdorong untuk mengurus legalitas tanah wakaf secara sukarela dan sadar akan pentingnya hal tersebut dalam jangka panjang.

Dengan memahami medan dakwah, pendekatan persuasif yang dilakukan akan lebih efektif dan kontekstual. Para penyuluh agama harus mampu menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Di sinilah metode *al-hikmah* menjadi sangat penting, karena dakwah tidak sekadar menyampaikan kebenaran, tetapi juga harus menyentuh hati dan mendorong perubahan perilaku secara sukarela. Dengan demikian, komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika wakaf pada dasarnya adalah penerapan

metode dakwah al-ḥikmah yang dilaksanakan dengan memperhatikan realitas medan dakwah. Kolaborasi antara pendekatan dakwah dan teori komunikasi modern menjadi kekuatan dalam menyelesaikan persoalan-persoalan wakaf secara damai, efektif, dan berkelanjutan.

## 2. Metode *Al-Mauidzah Hasanah*

Secara bahasa *al-mau'idzah hasanah* terdiri dari dua kata yaitu *mau'idzah* dan *hasanah*. Kata *mau'idzah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan-i'dzatan* yang berarti; nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sementara *hasanah* artinya kebaikan.<sup>123</sup> *Al-Mau'idzah al-hasanah* adalah kata-kata yang masuk kedalam *qalbu* dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain, karena dengan menggunakan kata-kata yang lembut dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan *qalbu* yang liar. Berikut hasil wawancara Peneliti dengan Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Maiwa terkait Metode Al Mauidzah.

“Kadang masyarakat kurang paham pentingnya sertifikat wakaf. Ada yang menganggap wakaf cukup dengan niat dan ucapan saja. Maka biasanya kami sampaikan dalam bentuk nasihat, misalnya saat khutbah Jumat, ceramah di pengajian, atau majelis taklim. Kami berikan penjelasan kenapa penting sertifikat wakaf, agar tidak jadi masalah di kemudian hari. Banyak masyarakat yang tersentuh ketika diberi contoh kasus, misalnya wakaf yang disengketakan ahli waris karena belum ada kekuatan hukum. Jadi memang pendekatan lewat nasihat yang menyentuh hati itu lebih mudah diterima. Saya rasa metode dakwah *al-mau'idzah al-ḥasanah* sangat cocok digunakan di masyarakat seperti ini.<sup>124</sup>”

Metode *al-mau'idzah al-ḥasanah* merujuk pada penyampaian pesan dakwah melalui nasihat yang baik, lembut, dan menyentuh hati, biasanya

<sup>123</sup>Lois Ma'luf, *Munjid Fi Al-Lughah Wa A'lam* (Beirut: Dar Fikr, 1986), h. 907.

<sup>124</sup>Cep Kurnia, *Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan Peneliti, Juni 2025

dengan memberikan pelajaran moral, peringatan, atau contoh nyata dari kehidupan sehari-hari. Metode ini sangat efektif bila objek dakwah adalah masyarakat awam yang belum memiliki pemahaman mendalam, sebagaimana terjadi di sebagian masyarakat di Kecamatan Maiwa. Penyuluh agama dalam kutipan di atas menunjukkan bahwa metode ini diterapkan melalui berbagai forum keagamaan seperti khutbah Jumat, ceramah majelis taklim, atau pengajian rutin. Dalam forum tersebut, penyuluh menyampaikan urgensi sertifikasi wakaf melalui bahasa yang menyentuh, menggunakan kisah nyata, serta pendekatan emosional yang mendorong kesadaran batin masyarakat.

Penerapan metode *al-mau'izah al-hasanah* dalam konteks komunikasi persuasif ini menunjukkan bahwa Penyuluh tidak hanya menyampaikan hukum, tapi juga mengajak dengan kasih sayang dan kepekaan sosial. Komunikasi persuasif dilakukan bukan hanya secara informasional, tapi juga transformasional, yakni mendorong perubahan sikap dan kesadaran masyarakat terhadap urgensi wakaf bersertifikat. Contoh kasus nyata menjadi alat retorik yang efektif untuk menanamkan pemahaman. Dengan demikian, metode *al-mau'izah al-hasanah* berperan penting dalam strategi dakwah persuasif di lapangan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa nasihat yang disampaikan secara baik dan tepat waktu mampu menumbuhkan empati dan mendorong tindakan nyata, seperti keinginan mengurus sertifikat tanah wakaf.

Metode dakwah *al-mau'izah al-hasanah* merupakan pendekatan dakwah yang menekankan penyampaian nasihat yang baik, lembut, dan menyentuh hati. Dakwah dengan cara ini dilakukan secara emosional dan

persuasif, mengandung unsur keteladanan, pengingat, dan pelajaran moral yang dikemas dengan tutur kata yang santun dan penuh hikmah. Metode ini bukan hanya menyampaikan kebenaran, tetapi juga menggugah kesadaran hati objek dakwah agar mau berubah dengan kemauan sendiri.

Dalam kondisi seperti ini, dakwah yang bersifat formal atau kaku cenderung tidak efektif. Maka pendekatan *al-mau'izah al-ḥasanah* yang menggunakan sentuhan emosional, kisah nyata, dan kelembutan dalam menyampaikan pesan lebih bisa diterima. Sebagaimana disampaikan oleh penyuluh agama dalam wawancara sebelumnya, masyarakat lebih mudah tersentuh dan tergerak jika disuguhi contoh kasus nyata, seperti wakaf yang disengketakan karena belum bersertifikat. Ini membuktikan bahwa nasihat yang baik memiliki kekuatan mempengaruhi kesadaran, meskipun dalam medan dakwah yang cukup kompleks.

Kaitannya dengan tesis ini, metode *al-mau'izah al-ḥasanah* menjadi bagian dari strategi komunikasi persuasif yang dijalankan oleh para penyuluh dan aparat KUA untuk membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sertifikasi tanah wakaf. Dengan demikian, dalam medan dakwah yang menantang seperti di Kecamatan Maiwa, komunikasi persuasif berbasis *al-mau'izah al-ḥasanah* sangat strategis digunakan untuk mengatasi problematika wakaf, khususnya yang berkaitan dengan pemahaman masyarakat, keterbatasan akses informasi, dan resistensi terhadap proses administratif.

### 3. Metode *Al-Mujadalah*

Dari segi etimologi lafazh *mujadalah* terambil dari kata “*jadala*” yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan *alif* pada huruf *jim* yang mengikuti wazan faa ala “*jaa dala*” dapat bermakna berdebat dan “*mujadalah*” perdebatan.<sup>125</sup> Kata “*jadala*” dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu. Orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk menyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya.

Keberhasilan dakwah ditentukan oleh seberapa baik pendakwah memahami situasi sosial, budaya, psikologis, dan intelektual objek dakwah. Ketika masyarakat yang menjadi sasaran dakwah sudah memiliki tingkat nalar kritis, pengalaman hukum, atau bahkan pengalaman konflik wakaf, maka metode *al-mujādalāh* adalah pendekatan yang paling tepat. Contoh medan dakwah seperti ini bisa ditemukan dalam kasus konflik tanah wakaf yang melibatkan ahli waris, nadzir yang tidak aktif, atau masyarakat yang menuntut bukti legal formal sebelum mengakui status wakaf. Dalam situasi tersebut, penyuluh agama atau aparatur KUA tidak cukup hanya dengan menasihati secara umum (*al-mau'izah*), tetapi harus berdiskusi langsung, menjelaskan dalil, undang-undang, dan logika sosial secara terbuka dan santun.

Komunikasi persuasif digunakan sebagai strategi dalam mengedukasi dan menyadarkan masyarakat agar segera mengurus sertifikasi tanah wakaf. Namun dalam beberapa kasus, masyarakat menunjukkan sikap skeptis, keras kepala, atau bahkan menolak karena

---

<sup>125</sup>Ahmad Warson, *Al-Munawwir* (Jakarta: Pustaka Progresif, 1997), h. 17.

merasa pengurusan wakaf tidak penting atau terlalu merepotkan. Di sinilah metode dakwah *al-mujādalāh* menjadi relevan. Misalnya: Ketika ahli waris menolak proses sertifikasi wakaf karena tidak paham konsekuensinya. Ketika masyarakat menganggap wakaf sah tanpa sertifikat, dan menolak pengurusan formal. Ketika terjadi sengketa internal antara nadzir dan keluarga wakif. Pendakwah atau penyuluh harus bisa mengajak berdiskusi, bukan memaksa. Mereka harus menggunakan dalil syar‘i, argumentasi hukum, serta pendekatan rasional dan etis agar pihak yang diajak berbicara merasa dihargai dan dilibatkan, bukan dimusuhi. Berikut wawancara peneliti dengan narasumber yaitu kepala KUA Kecamatan Maiwa terkait metode *Al-mujadalah*.

“Ketika kami menangani problematika tanah wakaf di Kecamatan Maiwa, saya melihat pentingnya adanya ruang untuk bertukar pendapat, berdiskusi, atau bermusyawarah secara terbuka. Untuk itu, kami di KUA Maiwa memiliki program bincang-bincang santai di kantor, sebagai wadah untuk membahas berbagai persoalan pelayanan, termasuk masalah pengurusan sertifikat tanah wakaf. Kami juga sering berdialog langsung dengan para wakif dan nadzir masjid, agar ketika ada kendala seperti berkas yang kurang atau ada konflik kecil, bisa segera ditemukan solusinya. Saya kira metode dakwah *al-mujādalāh*, yaitu berdiskusi dengan cara yang baik, sangat tepat digunakan dalam kondisi seperti ini.”<sup>126</sup>

Dari hasil wawancara dengan Kepala KUA Kecamatan Maiwa, terlihat jelas bahwa strategi dakwah yang diterapkan dalam menangani problematika wakaf tidak hanya bersifat satu arah, melainkan mengedepankan pendekatan dialogis melalui diskusi, musyawarah, dan saling mendengar pendapat. Pendekatan ini mencerminkan penerapan metode dakwah *al-mujādalāh*, yakni berdakwah dengan cara berdiskusi atau beradu argumen secara baik dan santun.

---

<sup>126</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

Kepala kantor urusan agama menjelaskan adanya program bincang-bincang santai di lingkungan kantor KUA sebagai forum informal untuk membahas persoalan pelayanan masyarakat, termasuk proses pengurusan sertifikat tanah wakaf. Melalui forum ini, berbagai hambatan seperti berkas yang kurang lengkap, ketidaksepehaman antara nadzir dan wakif, hingga miskomunikasi administratif bisa didiskusikan dan dicarikan solusinya secara bersama.

Metode al-mujādalah sangat relevan digunakan dalam konteks ini karena, Tidak semua masyarakat langsung menerima prosedur formal, sehingga dibutuhkan diskusi agar mereka paham alasan di balik aturan tersebut. Ada pihak-pihak yang perlu diyakinkan melalui penjelasan dan dialog, bukan sekadar diberi instruksi. Komunikasi dua arah menciptakan rasa dihargai, dan ini memperkuat keterlibatan masyarakat dalam proses penyelesaian masalah wakaf.

Dengan demikian, metode dakwah al-mujādalah yang diterapkan dalam bentuk musyawarah dan diskusi terbuka menjadi bagian dari komunikasi persuasif yang strategis. Pendekatan ini tidak memaksa, tetapi mengajak masyarakat berpikir, memahami, dan bersama-sama menyelesaikan persoalan. Hal ini sejalan dengan tujuan utama dari tesis ini, yaitu meminimalisir problematika tanah wakaf melalui pendekatan komunikasi yang bijak, dialogis, dan membangun kesadaran.

## 2) Strategi Komunikasi persuasif dengan metode *bil-Hal* dan metode *bil-Mal*

Pendekatan komunikasi persuasif dalam hadis amar ma'ruf nahi munkar menjadi pijakan penting dalam membentuk metode dakwah yang bertahap dan bijaksana. Rasulullah saw. bersabda:

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ، وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ

Artinya:

"Barangsiapa di antara kalian melihat kemungkar, maka hendaklah ia mengubahnya dengan tangannya. Jika tidak mampu, maka dengan lisannya. Dan jika tidak mampu juga, maka dengan hatinya, dan itu adalah selemah-lemah iman."<sup>127</sup>

Hadis ini menegaskan bahwa perintah untuk amar ma'ruf nahi munkar memiliki tahapan-tahapan yang sesuai dengan kemampuan seseorang, baik secara fisik, verbal, maupun emosional. Di dalamnya terkandung prinsip dasar komunikasi persuasif, yaitu bahwa perubahan sikap atau perilaku tidak selalu dapat dilakukan secara langsung atau otoritatif, melainkan harus disesuaikan dengan konteks sosial dan psikologis dari objek dakwah.

Dalam konteks tesis ini, yaitu upaya meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang, pendekatan ini sangat aplikatif. Banyak masyarakat yang belum memahami urgensi dari penataan administrasi wakaf secara formal dan sah menurut hukum. Maka, peran penyuluh agama sebagai pelaksana dakwah persuasif menjadi sangat vital. Mereka lebih banyak menggunakan

<sup>127</sup>Muslim bin al-Hajjaj, Shahih Muslim, Kitab al-Iman, Bab Bayan Wujub Inkar al-Munkar bi al-Yad tsumma bi al-Lisan tsumma bi al-Qalb, Hadis no. 49.

pendekatan lisan dalam bentuk ceramah, penyuluhan, diskusi, dan pendekatan personal, guna menyampaikan pentingnya sertifikasi wakaf, peran nadzir, serta manfaat wakaf bagi kemaslahatan umat.

Dengan demikian, hadis ini tidak hanya menjadi dasar amar ma'ruf nahi munkar secara umum, tetapi juga menjadi landasan metodologis dalam strategi komunikasi persuasif yang dijalankan oleh KUA Kecamatan Maiwa. Dakwah yang dilakukan tidak bersifat memaksa, tetapi mengedepankan pendekatan edukatif, empatik, dan santun, sehingga konflik sosial terkait wakaf dapat diredam dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya wakaf dapat ditingkatkan secara berkelanjutan.

Strategi komunikasi persuasif tidak hanya dilakukan melalui pendekatan verbal semata, tetapi juga melalui implementasi berbagai metode dakwah yang aplikatif. metode dakwah utama yang diterapkan yaitu dakwah bil hal dan dakwah bil mal, yang masing-masing memberikan kontribusi berbeda dalam membangun kesadaran dan perubahan sikap masyarakat terhadap wakaf.

#### 1. Dakwah *bil-Hal*

Dakwah bil hal adalah metode dakwah melalui perbuatan nyata dan keteladanan. Dalam konteks tanah wakaf, metode ini tercermin dalam keterlibatan aktif penyuluh agama dalam membantu proses administrasi tanah wakaf, seperti mendampingi nadzir ke kantor pertanahan, menjadi penghubung antara wakif dan pejabat KUA, atau mencontohkan tata kelola wakaf yang baik. Keteladanan ini merupakan bentuk komunikasi persuasif yang kuat, karena memberikan bukti konkret tentang manfaat dari pengelolaan wakaf yang sesuai syariat dan

hukum positif. Masyarakat lebih mudah menerima ajakan ketika mereka melihat hasil nyata dari tindakan tersebut.

Wawancara peneliti dengan Kepala Seksi Penyelenggara zakat dan wakaf terkait dakwah *bil-Hal* yaitu:

“Menurut saya, sangat penting untuk memilih metode dakwah yang tepat dalam memberikan bimbingan keagamaan kepada masyarakat. Salah satu metode yang saya anggap efektif adalah dakwah bil hal. Artinya, penyuluh agama tidak cukup hanya menyampaikan ceramah atau materi dakwah saja, tetapi juga harus terlibat langsung dalam kegiatan nyata di lapangan. Dalam penyelesaian tanah wakaf yang bermasalah atau belum bersertifikat, penyuluh agama perlu mendatangi langsung lokasi tanah tersebut, berbicara dengan para wakif, nadzir, dan masyarakat, lalu memberikan bimbingan dan penjelasan tentang pentingnya sertifikat wakaf. Dakwah itu tidak selalu lewat mimbar, tapi lewat tindakan nyata yang bisa dirasakan langsung oleh masyarakat. Kalau penyuluh turun langsung dan memberi pendampingan, itu jauh lebih berpengaruh dan bisa membuka pemahaman masyarakat bahwa wakaf harus dikelola dengan baik, termasuk dalam hal administrasi hukumnya.”<sup>128</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Seksi Penyelenggaraan Zakat dan Wakaf, bahwa Salah satu metode yang dianggap paling efektif dalam meminimalisir problematika wakaf adalah metode dakwah bil hal, yaitu metode dakwah yang diwujudkan melalui tindakan nyata dan keteladanan langsung dalam kehidupan masyarakat. Menurut beliau, penyuluh agama sebagai ujung tombak Kementerian Agama tidak cukup hanya menyampaikan materi dakwah melalui ceramah atau khutbah, melainkan harus terlibat aktif dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi di lapangan. Dalam kasus tanah wakaf yang belum bersertifikat atau mengalami sengketa, penyuluh agama perlu turun langsung ke lokasi, mendatangi para wakif, nadzir, maupun ahli waris untuk memberikan bimbingan keagamaan,

---

<sup>128</sup>Amiruddin, Kepala Seksi Penyelenggara Zakat dan Wakaf, wawancara dengan peneliti, juni 2025

membangun dialog, serta menjelaskan urgensi sertifikasi tanah wakaf demi kemaslahatan umat.

Dakwah *bil hal* dalam konteks ini mencerminkan pendekatan dakwah yang praktis, empatik, dan partisipatif. Kehadiran fisik penyuluh agama di tengah-tengah masyarakat bukan hanya memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi keagamaan, tetapi juga menunjukkan bahwa penyuluh agama memiliki komitmen moral untuk mendampingi umat dalam menghadapi persoalan konkret. Dengan metode ini, masyarakat tidak hanya memperoleh pemahaman agama secara teoritis, tetapi juga mendapatkan contoh nyata bagaimana nilai-nilai keagamaan diaplikasikan dalam penyelesaian problem sosial, termasuk dalam pengelolaan wakaf.

Penerapan dakwah *bil hal* dalam penyuluhan wakaf juga menjadi sarana efektif untuk membangun kesadaran hukum dan tanggung jawab kolektif atas aset wakaf. Penyuluh agama yang hadir langsung di tengah problematika dapat menjadi jembatan komunikasi antara masyarakat, nadzir, dan pihak berwenang seperti Kantor Urusan Agama (KUA) maupun Badan Wakaf Indonesia (BWI). Dengan demikian, dakwah *bil hal* menjadi strategi dakwah yang tidak hanya menyentuh aspek spiritual, tetapi juga memberikan dampak nyata bagi penyelesaian administrasi dan hukum tanah wakaf.

## 2. Dakwah *bil-Mal*

Secara etimologis, *mal* berarti harta atau kekayaan. Sedangkan dakwah *bil mal* adalah metode dakwah yang dilakukan melalui pemberian bantuan harta benda, baik dalam bentuk uang, fasilitas, maupun sumber daya lainnya, untuk mendukung kegiatan keagamaan

dan sosial kemasyarakatan. Dakwah jenis ini bukan hanya berbentuk sedekah, tetapi juga dapat diwujudkan dalam bentuk pembiayaan pembangunan sarana ibadah, bantuan beasiswa, atau dana pemberdayaan umat.

Dalam konteks komunikasi persuasif, dakwah *bil mal* dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang kuat dan membekas, karena pesan yang disampaikan melalui tindakan nyata berupa pemberian bantuan memiliki daya pengaruh emosional dan sosial yang tinggi. Dakwah *bil mal* bukan hanya menyampaikan ajaran melalui kata-kata, tetapi melalui aksi nyata yang membuktikan kepedulian, dukungan, dan keseriusan dalam menyelesaikan persoalan umat.

Dakwah *bil-mal* termasuk dalam strategi persuasif yang didasarkan pada aspek kebutuhan dan empati, di mana pihak yang memberikan bantuan (misalnya pemerintah, lembaga zakat, atau donatur) membangun kepercayaan dan hubungan positif dengan masyarakat penerima. Hal ini sesuai dengan pendekatan *pathos* dalam retorika klasik, yakni menyentuh sisi emosional audiens untuk menciptakan perubahan sikap dan perilaku. Berikut wawancara peneliti dengan nadzir wakaf terkait manfaat dakwah *bil Mal*.

“Masjid kami sampai saat ini belum memiliki sertifikat wakaf, karena tanah masjid masih tergabung dalam sertifikat induk dan belum ada sertifikat pemisah. Hal ini menjadi kendala utama dalam proses pengurusan sertifikat wakaf secara resmi. Selain itu, saat ini masjid kami masih dalam tahap renovasi, sehingga belum tersedia dana yang cukup untuk mengurus sertifikat tanah wakaf tersebut. Kami sangat berharap adanya perhatian dari pemerintah, khususnya melalui program bantuan dana, agar pengurusan sertifikat tanah wakaf ini bisa segera dilaksanakan. Dengan adanya bantuan tersebut,

kami sebagai nadzir bisa lebih mudah menjalankan amanah wakaf dengan baik dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.”<sup>129</sup>

Hasil wawancara, dapat dipahami bahwa dakwah *bil-mal* memiliki kaitan erat dengan upaya meminimalisir problematika wakaf, khususnya dalam hal sertifikasi tanah wakaf masjid. Hasil wawancara menunjukkan bahwa salah satu hambatan terbesar bagi nadzir dalam mengurus sertifikat tanah wakaf adalah ketiadaan dana. Banyak masjid, khususnya di daerah pedesaan seperti Kecamatan Maiwa, belum mampu membiayai proses administrasi sertifikat karena dana yang dimiliki masih difokuskan untuk renovasi fisik masjid.

Dalam situasi ini, dakwah *bil mal* dapat menjadi solusi strategis. Pemerintah, melalui Kementerian Agama, Badan Wakaf Indonesia (BWI), atau lembaga zakat seperti BAZNAS, dapat menjalankan peran dakwah *bil mal* dengan memberikan bantuan pembiayaan pengurusan sertifikat tanah wakaf. Bantuan ini bukan sekadar bentuk filantropi, tetapi bagian dari komunikasi persuasif pemerintah kepada masyarakat, bahwa negara hadir mendukung penguatan kelembagaan wakaf.

Melalui pendekatan ini, terjadi sinergi antara aspek spiritual dan administratif. Dakwah *bil mal* mendorong masyarakat dan nadzir untuk lebih serius menjaga aset wakaf, sekaligus membentuk persepsi positif terhadap institusi yang memberi bantuan. Ini merupakan bentuk komunikasi persuasif yang tidak hanya mengandalkan penyuluhan verbal, tetapi juga tindakan konkret yang membangun kepercayaan dan kerja sama.

---

<sup>129</sup>Abdullah, *Nadzir Masjid Nurul Iman Desa Pattondonsalu*, Wawancara dengan peneliti, juni 2025

### 3) Strategi Komunikasi Persuasif Dengan Metode Kolaboratif

Dalam menangani problematika tanah wakaf, tidak cukup hanya mengandalkan komunikasi satu arah atau pendekatan otoritatif. Dibutuhkan pendekatan komunikasi persuasif yang bersifat membujuk secara halus, serta didukung oleh pendekatan kolaboratif yang mengedepankan kerja sama lintas pihak. Kedua pendekatan ini saling melengkapi dan menjadi strategi efektif dalam pelaksanaan dakwah dan penyelesaian masalah sosial keagamaan.

Komunikasi persuasif bertujuan mempengaruhi pemikiran, perasaan, dan tindakan masyarakat agar memahami pentingnya legalitas dan pengelolaan tanah wakaf yang sesuai syariat dan hukum negara. Dalam praktiknya, penyuluh agama dan petugas KUA menggunakan pendekatan yang santun dan empatik, seperti dialog, ceramah, atau diskusi langsung dengan masyarakat. Tujuannya adalah menggugah kesadaran tanpa menimbulkan resistensi.

Komunikasi kolaboratif melibatkan kerja sama antara berbagai elemen, seperti KUA, Badan Pertanahan Nasional (BPN), pemerintah desa, tokoh masyarakat, nadzir, hingga wakif dan ahli waris. Penyuluh agama bertindak sebagai fasilitator dan jembatan komunikasi antar pihak untuk menyelesaikan berbagai persoalan wakaf, mulai dari status hukum, batas tanah, hingga pembagian peran. Pendekatan kolaboratif ini diperkuat oleh prinsip ta'āwun (tolong-menolong) dalam Islam, sebagaimana disebutkan di Surah Al-Ma'idah/ 5:2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ

Terjemahan:

"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan."<sup>130</sup>

Ayat ini menjadi dasar penting bahwa penyelesaian persoalan tanah wakaf bukan hanya tugas satu pihak, tetapi menjadi kewajiban kolektif yang dikerjakan secara bersama-sama demi menjaga amanah umat. Dengan semangat tolong-menolong dalam kebaikan, penyuluh agama mengajak berbagai pihak untuk bersinergi demi menyelamatkan aset wakaf dan mengoptimalkan fungsinya bagi kemaslahatan umat. Berikut wawancara peneliti dengan narasumber.

Kami melihat bahwa dengan menggabungkan kekuatan dari berbagai pihak, pesan tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf lebih mudah diterima. Metode kolaborasi ini membuat komunikasi lebih kuat dan menyeluruh, "Kolaborasi ini sudah kami terapkan di beberapa desa, hasilnya cukup signifikan dalam mendorong masyarakat untuk segera mengurus legalitas tanah wakaf."<sup>131</sup>

Komunikasi persuasif dengan menggunakan metode kolaborasi terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf. Kolaborasi lintas sektor melibatkan KUA, Badan Pertanahan Nasional (BPN), pemerintah desa, tokoh agama, nadzir, dan masyarakat memungkinkan proses komunikasi berjalan lebih terarah, terintegrasi, dan memiliki dampak yang lebih luas.

Melalui pendekatan kolaboratif, pesan-pesan persuasif tidak hanya datang dari satu pihak, melainkan diperkuat oleh berbagai elemen yang memiliki otoritas dan pengaruh di tingkat lokal. Hal ini membangun

<sup>130</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h. 106.

<sup>131</sup>Achmad Tamsil, *Kepala Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, Juni 2025

kepercayaan masyarakat dan mempercepat proses pengurusan sertifikat tanah wakaf. Selain itu, metode ini meminimalisir kesalahpahaman, memperkuat koordinasi, dan menumbuhkan rasa tanggung jawab bersama dalam menyelesaikan persoalan wakaf. Dengan demikian, metode kolaborasi bukan hanya strategi teknis, tetapi juga mencerminkan pendekatan yang partisipatif dan berkelanjutan dalam komunikasi persuasif.

#### **4) Strategi komunikasi persuasif dengan media online ( Sosial Media)**

Di era digital saat ini, pendekatan komunikasi persuasif dalam dakwah tidak bisa lepas dari penggunaan media online. Teknologi informasi telah menjadi sarana strategis untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan, termasuk dalam upaya meminimalisir problematika tanah wakaf masjid. Komunikasi persuasif melalui media online memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara cepat, luas, dan interaktif, tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Penyuluh agama, nadzir, dan pihak KUA dapat memanfaatkan platform seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube, bahkan TikTok dan website Kemenag untuk menyampaikan informasi dan ajakan tentang pentingnya menjaga, mendaftarkan, dan mengelola tanah wakaf secara syar'i dan legal. Konten-konten yang disebarluaskan berupa infografis, video pendek, kutipan ayat/hadis, maupun narasi kisah inspiratif dibuat dengan gaya bahasa yang persuasif, mudah dipahami, dan menyentuh kesadaran masyarakat.

Media digital juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, sehingga masyarakat dapat memberikan tanggapan atau bertanya secara langsung. Hal ini menciptakan ruang partisipatif dalam dakwah, yang

sejalan dengan semangat kolaboratif dan pemberdayaan umat. Strategi ini sesuai dengan seruan Al-Qur'an surah Ali Imran/ 3: 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

"Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar; dan mereka itulah orang-orang yang beruntung."<sup>132</sup>

Ayat ini menjadi dasar penting bagi aktivitas dakwah, termasuk dakwah digital. Menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran di zaman sekarang harus menyesuaikan dengan media yang digunakan oleh masyarakat. Maka pendekatan melalui media online adalah bentuk nyata dari pelaksanaan perintah amar ma'ruf nahi munkar dengan metode kontemporer yang tetap berlandaskan nilai-nilai Islam. Berikut wawancara dengan narasumber terkait metode dakwah melalui media online.

Kalo kita memanfaatkan media online secara bijak dan kreatif, strategi komunikasi persuasif dalam isu tanah wakaf tidak hanya efektif, tetapi juga mampu menjangkau generasi muda dan lapisan masyarakat yang lebih luas. Inilah bentuk dakwah yang adaptif, masalah, dan menjawab kebutuhan zaman.<sup>133</sup>

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemanfaatan media online dalam dakwah merupakan strategi komunikasi persuasif yang efektif untuk meminimalisir problematika tanah wakaf. Melalui platform digital seperti media sosial dan pesan instan, pesan-pesan tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf dapat disampaikan secara luas, cepat, dan fleksibel. Strategi ini sangat membantu menjangkau masyarakat di daerah yang sulit

<sup>132</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h. 63.

<sup>133</sup>Izzul Muttaqin, *Penghulu KUA Kecamatan Maiwa*, wawancara dengan peneliti, juni

diakses secara langsung serta generasi muda yang lebih aktif di dunia digital. Dengan demikian, media online menjadi sarana alternatif yang relevan dalam memperkuat penyuluhan wakaf secara modern dan efisien.

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui penelitian mengenai Komunikasi Persuasif dalam Meminimalisir Problematika Wakaf di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang paling efektif dalam mengatasi problematika wakaf adalah strategi komunikasi persuasif dengan pendekatan kolaboratif.

Metode kolaborasi ini menekankan pada keterlibatan aktif seluruh pihak terkait, seperti Kepala KUA, penyuluh agama, nadzir, wakif, dan tokoh masyarakat dalam proses komunikasi dan penyelesaian problematika wakaf, terutama dalam hal sertifikasi tanah wakaf. Komunikasi dibangun secara dua arah melalui pendekatan dialogis, musyawarah, diskusi bersama, serta koordinasi intensif antar lembaga. Strategi ini terbukti mampu menciptakan sinergi dan kesepahaman di antara pihak-pihak yang terlibat, memperkuat rasa tanggung jawab kolektif, serta mendorong penyelesaian persoalan wakaf secara lebih cepat, efektif, dan berkelanjutan.

Dengan demikian, komunikasi persuasif berbasis kolaborasi menjadi pendekatan yang paling relevan dan aplikatif dalam meminimalisir berbagai persoalan wakaf di tingkat akar rumput, serta menjadi solusi strategis dalam mendukung optimalisasi pengelolaan dan perlindungan aset wakaf di masa kini dan mendatang.

## BAB V PENUTUP

### A. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dilapangan melalui wawancara mengenai “Efektivitas Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.” Maka peneliti menarik simpulan sebagai berikut:

1. Bentuk komunikasi persuasif yang diterapkan di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa yaitu Komunikasi interpersonal, Komunikasi Kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Komunikasi ini dilakukan dengan prinsip kesantunan, kejelasan pesan, serta mengedepankan nilai-nilai keagamaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf
2. Faktor pendukung efektivitas komunikasi persuasif yaitu peran pemerintah, peran da'i, peran nadzir dan peran wakif Sementara itu, faktor penghambat meliputi kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, faktor geografis dan kurangnya kerjasama lintas sektoral, faktor ini yang menghambat proses sertifikat tanah wakaf di wilayah Kecamatan Maiwa.
3. Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan untuk meminimalisir problematika tanah wakaf di Kecamatan Maiwa yaitu dengan Menggunakan strategi komunikasi persuasif dengan menggunakan metode *bil-Hikmah*, *Al-mau'idzah hasanah*, juga menerapkan metode *bil-hal* dan metoda *bil-Mal*, serta melalui metode kolaboratif dan metode melalui media online (sosial media).

## B. IMPLIKASI

### 1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat teori komunikasi persuasif dalam konteks keagamaan, dengan menunjukkan bahwa strategi seperti *bil-hikmah*, *mau'idzah hasanah*, *bil-hal*, dan *bil-mal* efektif digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf.

### 2. Implikasi Praktis

#### a. Bagi KUA

Diperlukan peningkatan keterampilan komunikasi petugas KUA agar pesan tentang wakaf dapat disampaikan secara lebih persuasif dan religius.

#### b. Bagi pemerintah dan lembaga terkait

Perlu dukungan kebijakan yang memperkuat sinergi lintas sektor dan peningkatan SDM, khususnya di daerah yang memiliki hambatan geografis dan rendahnya literasi wakaf.

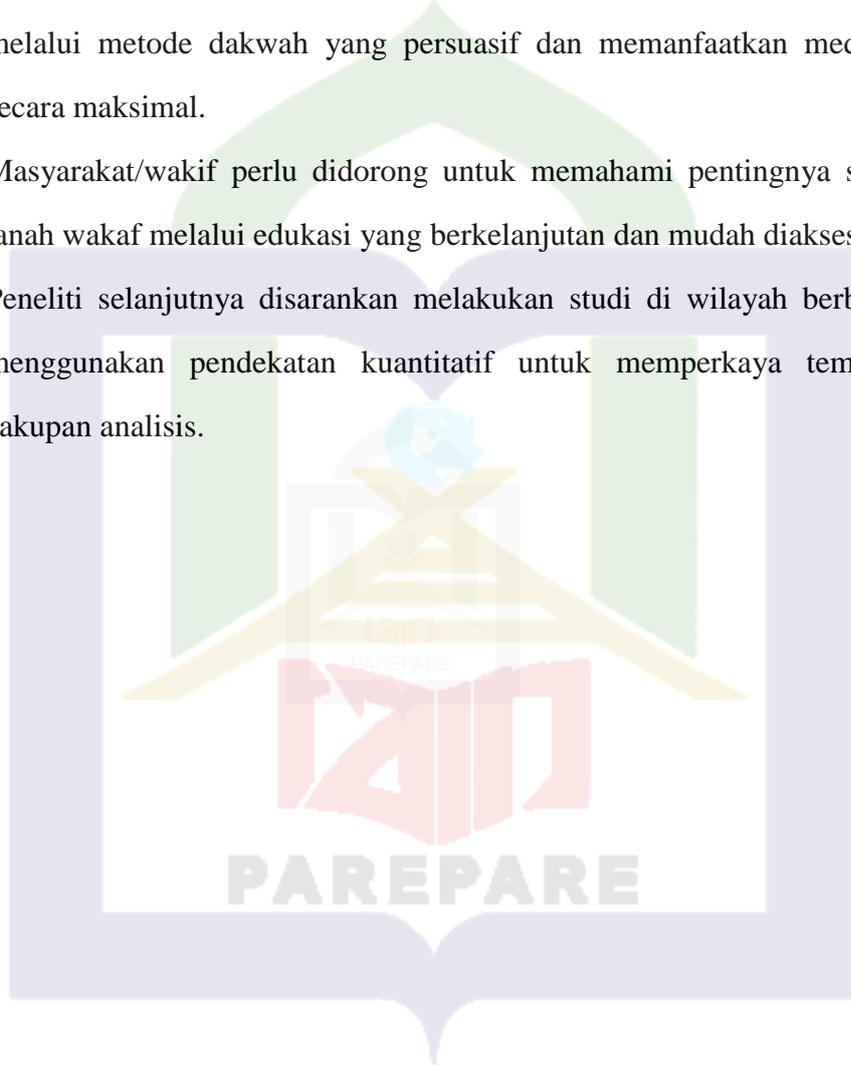
#### c. Bagi da'i dan penyuluh

Pendekatan dakwah yang persuasif dan kontekstual perlu terus dikembangkan, termasuk melalui pemanfaatan media sosial untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas.

## C. REKOMENDASI

1. KUA Kecamatan Maiwa disarankan meningkatkan kompetensi komunikasi petugas serta memperkuat pendekatan persuasif berbasis nilai keagamaan dalam sosialisasi wakaf.

2. Pemerintah daerah perlu memperkuat koordinasi lintas sektor, menyediakan pelatihan wakaf, dan memperbaiki akses layanan di wilayah dengan kendala geografis.
3. Da'i, penyuluh agama, dan nadzir diharapkan aktif mengedukasi masyarakat melalui metode dakwah yang persuasif dan memanfaatkan media sosial secara maksimal.
4. Masyarakat/wakif perlu didorong untuk memahami pentingnya sertifikasi tanah wakaf melalui edukasi yang berkelanjutan dan mudah diakses.
5. Peneliti selanjutnya disarankan melakukan studi di wilayah berbeda atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperkaya temuan dan cakupan analisis.



## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

A. Devito Joseph. *Komunikasi Antarmanusia*.,Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group. 2010

A. Liliweri. *Komunikasi Antarbudaya*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015.

A. Supratiknya. *Psikologi Komunikasi*, Yogyakarta: Kanisius, 2015.

A. Thoha, *Strategi Dakwah Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999

Afiati, Aen Istianah. *Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap*, Skripsi, Tidak diterbitkan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2015

Ali, M. Sayuthi. *Metodologi Penelitian Agama: Pendekatan Teori dan Praktek*, Bandung: Raja Grafindo Persada, 2002.

Ahmad, Abu Husain. *Mu'jam Maqaiyis Al-Lughah*, Juz II; Mesir, 1970

Anohib. "Efektifitas Tugas Nazir Dalam Pengelolaan Tanah Wakaf Di KotaBengkulu". Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam: Bengkulu. 2017.

Ansoff, H. Igor, *Strategic Management*, London: Macmillan, 1987.

Arifuddin, *Keluarga Dalam Pembentukan Akhlak Islamiah*, Yogyakarta: ombak

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ed. 12. Jakarta: Rajawali Pers. 2011

David, Fred R. *Strategic Management: Concepts and Cases*, New Jersey: Pearson Education, 2017

Departemen Agama RI, *Fiqih Wakaf*, Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Wakaf, 2007.

Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Edisi Revisi, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.

Efenddy, Onong Uchjana. *Dinamika komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.

- Effendy. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017
- Ghony, M. Djuanaidi dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Gillham, Bill. *Case Study Research Methods*, London: Paston Pre Press Ltd, 2000.
- Haq, A. Faishal, *Hukum Perwakafan di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Haro, asta dan Jeanie Annisa, ed., *Pengantar Ilmu Komunikasi*.Bengkalis-Riau : Dotplus Publisher. 2021
- Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2019.
- Ilardo, Joseph A. *Persuasion: Strategies for Public Influence*. Pacific Palisades, CA: Goodyear Publishing Company, 1978.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*, New York: McGraw-Hill, 2011
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Jakarta Timur: Ummul Qura, 2020.
- Lasswell, Harold D.*The Structure and Function of Communication in Society*, 1948.
- Ma'luf, Lois. *Munjid Fi Al-Lughah Wa A'lam*, Beirut: Dar Fikr, 1986.
- Mahdi, Adnan dan Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disesrtasi*, Bandung: CV. Alfabeta, 2014.
- Maulana, H., & Gumelar, G. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta Barat: Akademia Permata. 2013.
- Munawwir, Ahmad Warson, *Al-Munawwir: Kamus Arab-Indonesia Terlengkap, di telaah Ali Ma"shum dan Zainal Abidin Munawwir*, Surabaya: Pustaka Progressif, 1997.
- Muhtarom, Muhammad Zaki. "*Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Program Pembibitan Penghafal Al-Qur'an (PPPA) Daarul Qur'an Dalam Meningkatkan Minat Donatur Sedekah Online Melalui New Media*", Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif, 2019.

- Masruroh, Lina. *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*, Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi, *Metologi Penelitian*, 3rd ed. , Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Nadhirah, Cut Alfidhatul. *Strategi Komunikasi Persuasif Masyarakat Peduli Sejarah Aceh Dalam Mempertahankan Sejarah Aceh*, UIN Ar-Raniry: Banda Aceh, 2020.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Republik Indonesia, *Undang-undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf*, Pasal 1.
- Sari, Elsi Kartika, *Pengantar Hukum Zakat & Wakaf* , Jakarta: Grasindo, 2007.
- Samingan, “*Persepsi Tokoh Masyarakat Desa Tirtamulya Kecamatan Air Sugihan Kabupaten Ogan Komering Ilir Tentang Status Tanah Wakaf Yang Tidak Tercatat Oleh PPAIW*”, Skripsi Sarjana; Fakultas Syari’ah dan Hukum: Palembang, 2017.
- Salsabil, Dliya Najwah. *Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Melalui Instagram*, UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2020.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Banda Aceh: CV. Alfabeta, 2012.
- Suhairi, *Wakaf Produktif*, Yogyakarta: Kaukaba, 2014.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Sunuwati, *Hukum Perwakafan*, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Pers Tahun 2022.
- Suprayogo, Imam. *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.

- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Purnamasari, Mita dan Arif Mulyawan Thariq, Peran Media dalam Pengembangan Dakwah Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Muttaqin Purwakarta, Artikel Jurnal, diakses pada 2 Juli 2021.
- Was'an, Guruh Herman. dkk, *Manajemen Zakat Dan Wakaf*, Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Warson, Ahmad. *Al-Munawwir* (Jakarta: Pustaka Progresif, 1997).
- Wheelen, Thomas L. & J. David Hunger, *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability, 13th ed.* New Jersey: Pearson Education, 2012
- Widjaja, H.A. *Komunikasi Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta : Bumi Askara, 2008.
- Wijaya. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016.
- Qadaruddin, Muhammad. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cv. Penerbit Qiara media, 2019
- Zulhijjah, Ditha Ananda. "Komunikasi Persuasif Dompot Dhuafa Riau Dalam Menarik Minat Berdonasi Melalui Instagram, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023.

### Jurnal

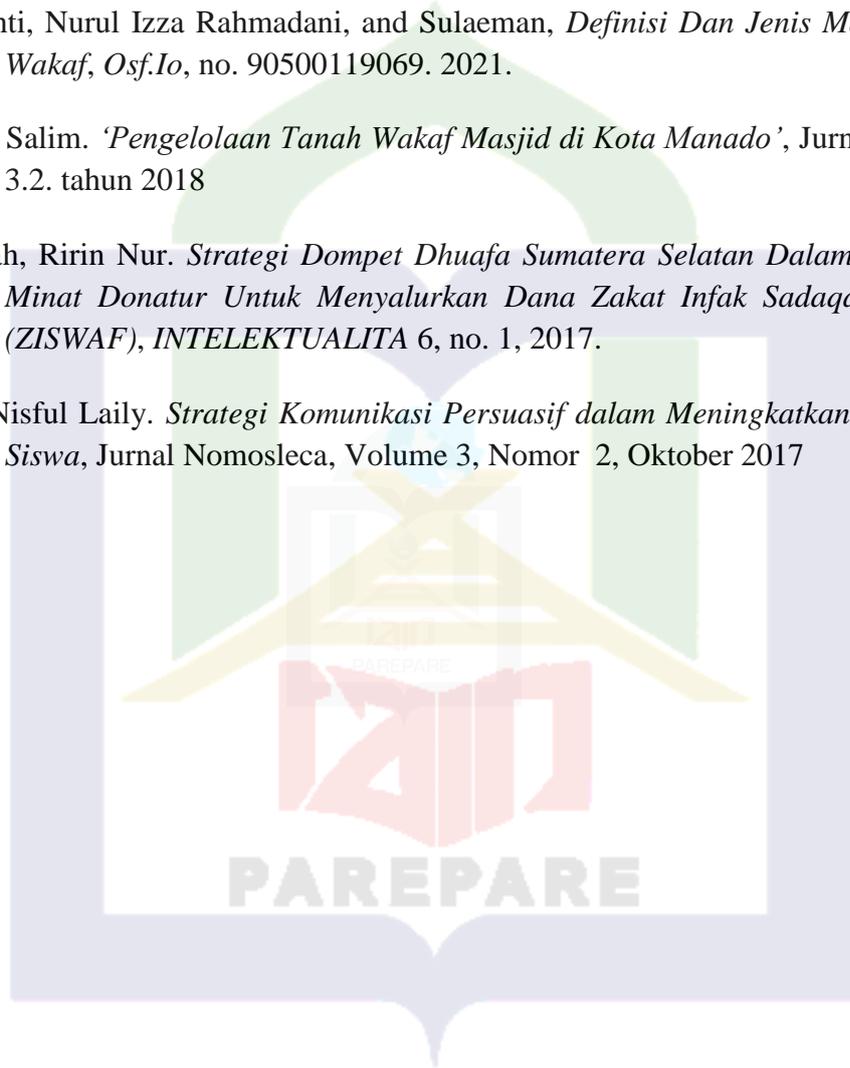
Ahmad Atabik, *Konsep Komunikasi dakwah persuasif dalam perspektif Al-qur'an*, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam.

Febrianti, Nurul Izza Rahmadani, and Sulaeman, *Definisi Dan Jenis Manajemen Wakaf*, *Osf.Io*, no. 90500119069. 2021.

Hasan, Salim. *'Pengelolaan Tanah Wakaf Masjid di Kota Manado'*, Jurnal Aqlam 3.2. tahun 2018

Hidayah, Ririn Nur. *Strategi Dompot Dhuafa Sumatera Selatan Dalam Menarik Minat Donatur Untuk Menyalurkan Dana Zakat Infak Sadaqah Wakaf (ZISWAF)*, *INTELEKTUALITA* 6, no. 1, 2017.

Zain, Nisful Laily. *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Siswa*, Jurnal Nomosleca, Volume 3, Nomor 2, Oktober 2017





**LAMPIRAN –LAMPIRAN**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
PASCASARJANA

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B-51 /In.39/PPS.05/PP.00.9/05/2025  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

26 Mei 2025

Yth. Bapak Bupati Enrekang  
Cq. Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

Di

Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan rencana penelitian untuk Tesis mahasiswa Pascasarjana

IAIN Parepare tersebut di bawah ini :

Nama : FIRMAN  
NIM : 2320203870133010  
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
Judul Tesis : Efektivitas Komunikasi Persuasif dalam Meminimalisir  
Problematika Tanah Wakaf Masjid di Kantor Urusan  
Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.

Untuk keperluan Pengurusan segala sesuatunya yang berkaitan dengan penelitian tersebut akan diselesaikan oleh mahasiswa yang bersangkutan. Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Mei s/d Juli Tahun 2025

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kepada bapak/ibu kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin dan dukungan seperlunya.

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

PAREPARE

Direktur,  
  
Dr. H. Islamul Haq, Lc., M.A.  
NIP.198403 201303 1 004



**PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
Jl. Jend. Sudirman, Km 3 Pinang Telp./Fax (0420) 21079

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Nomor: 73.16/1409/DPMPTSP/ENR/IP/V/2025

Berdasarkan Peraturan Bupati Enrekang nomor 73 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Enrekang Nomor 159 Tahun 2021 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang, maka dengan ini memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

**FIRMAN**

Nomor Induk Mahasiswa : 2320203870133010  
Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
Pekerjaan Peneliti : MAHASISWA  
Alamat Peneliti : PATINGALLONGAN DESA BONTO SUNGGU  
KEC. BAJENG  
Lokasi Penelitian : KUA KEC. MAIWA KAB. ENREKANG  
Anggota/Pengikut : -

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka **PENYUSUNAN TESIS**  
dengan Judul :

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMINIMALISIR PROBLEMATIKA TANAH  
WAKAF MASJID DI KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN MAIWA KABUPATEN  
ENREKANG.**

Lamanya Penelitian : 2025-05-27 s/d 2025-07-31

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menaatinya semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
3. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Enrekang  
27/05/2025 13:00:48  
KEPALA DINAS,



**Dr. Ir. CHAIDAR BULU, ST, MT**  
Pangkat: Pembina Utama Muda  
NIP. 19750528 200212 1 005

Tembusan Kepada Yth :

1. Bupati Enrekang sebagai laporan
2. Kepala Bakesbangpol Kab. Enrekang
3. Desa/Lurah/Camat tempat meneliti
4. Mahasiswa ybs.



**Balai  
Sertifikasi  
Elektronik**

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE) Badan Siber dan Sandi Negara ( BSSN)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KAB. ENREKANG  
KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN MAIWA  
Jalan Jenderal Sudirman No. 27 Maroangin, Kode Pos 91761  
Email: kuamaiwa27@gmail.com

**SURAT KETERANGAN IZIN MELAKUKAN PENELITIAN**  
Nomor: 149/KUA.21.05.10/BA.01/06/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. Achmad Tamsil, S.Ag  
NIP : 197712182005011002  
Jabatan : Kepala KUA Kecamatan Maiwa  
Alamat kantor : Jln Jend. Sudirman, Maroangin

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Firman  
NIM : 2320203870133010  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Jenjang Pendidikan : Program Magister/Strata Dua ( S2 )

Bermaksud untuk melakukan penelitian/wawancara di KUA Kecamatan Maiwa, dengan judul Tesis. "Efektivitas komunikasi persuasif dalam upaya meminimalisir problematika tanah wakaf di Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang " berdasarkan surat rekomendasi penelitian nomor:73.16/1409/DPMPSTP/ENR/IP/V/2025. Tanggal 27 Mei 2025, lokasi penelitian Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa, mulai tanggal 27 Mei - 31 Juli 2025

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Maiwa, 02 Juni 2025

Kepala KUA Kec. Maiwa  
Achmad Tamsil, S.Ag



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KAB. ENREKANG**  
**KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN MAIWA**  
Jalan Jenderal Sudirman No. 27 Maroanglin, Kode Pos 91761  
Email: kuamalwa27@gmail.com

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**  
**Nomor: 200 /KUA.21.05.10/BA.01/07/2025**

Yang bertanda tangan di bawah ini, adalah Kepala Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang menerangkan bahwa:

Nama : Firman  
NIM : 2320203870133010  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Jenjang Pendidikan : Program Magister/Strata Dua ( S2 )

Telah selesai melakukan penelitian di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa yang dilaksanakan mulai Tanggal 27 Mei 2025 sampai dengan 31 Juli 2025 dengan Judul Tesis "**Efektivitas komunikasi persuasif dalam upaya meminimalisir problematika tanah wakaf di Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang**". berdasarkan surat Izin melakukan penelitian nomor: 149/KUA.21.05.10/BA.01/06/2025, tanggal 02 Februari 2025, lokasi penelitian: Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Maiwa, 02 Juli 2025

Kepala KUA Kec. Maiwa

Mohamad Tamsil, S.Ag



## PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa saja bentuk komunikasi yang biasa digunakan oleh KUA Kecamatan Maiwa dalam menyosialisasikan pentingnya sertifikasi tanah wakaf?
2. Bagaimana peran komunikasi tatap muka (interpersonal) dalam membangun kesadaran masyarakat tentang wakaf?
3. Apakah KUA juga menggunakan media massa atau media sosial dalam menyampaikan informasi tentang wakaf? Jika ya, seperti apa pelaksanaannya?
4. Menurut Anda, siapa saja pihak yang paling berperan dalam mendukung efektivitas komunikasi terkait wakaf di wilayah ini?
5. Bagaimana peran pemerintah, da'i, nadzir, dan wakif dalam proses penyadaran pentingnya sertifikasi wakaf?
6. Apa saja tantangan atau hambatan yang paling sering dihadapi dalam proses komunikasi terkait tanah wakaf?
7. Apakah faktor geografis menjadi kendala dalam menjangkau masyarakat terkait sosialisasi wakaf?
8. Sejauh mana kerjasama lintas sektor (antara KUA, BPN, Pemda, tokoh masyarakat, dll.) terjalin dengan baik?
9. Strategi komunikasi persuasif apa yang dianggap paling efektif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf di Kecamatan Maiw
10. Bagaimana implementasi metode *bil-hikmah* dan *mau'idzah hasanah* dalam menyampaikan pesan tentang wakaf?
11. Apakah metode *bil-hal* dan *bil-mal* diterapkan dalam program-program wakaf? Bisa dijelaskan contohnya?
12. Bagaimana pemanfaatan media sosial oleh KUA atau penyuluh agama dalam mengedukasi masyarakat terkait wakaf?

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : IZZUL MUTTAQIN  
NIP : 200102152025051005  
Jabatan : PENGHULU AHLI PERTAMA  
Alamat : MAROANGIN  
Usia : 24 tahun

Dengan ini menyatakan bahwa saudara:

Nama : Firman  
Nim : 2320203870133010  
Program study : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Pascasarjana IAIN Parepare

Bahwa Mahasiswa tersebut diatas Benar telah melakukan wawancara dengan kami dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul : **Efektivitas Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.** Pada bulan Mei - Juli 2025

Demikianlah surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Maiwa, 08 Juli 2025  
Informan

  
..Izzul..Muttaqin. S.Pd.

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hasni Ballado, S.E.1  
NIP : 198312102023212032  
Jabatan : Penyuluh Agama Islam  
Alamat : Maroangin  
Usia : 42 tahun

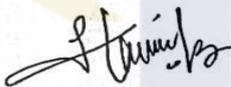
Dengan ini menyatakan bahwa saudara:

Nama : Firman  
Nim : 2320203870133010  
Program study : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Pascasarjana IAIN Parepare

Bahwa Mahasiswa tersebut diatas Benar telah melakukan wawancara dengan kami dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul : **Efektivitas Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.** Pada bulan Mei - Juli 2025

Demikianlah surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Maiwa, Juni 2025  
Informan

  
.....Hasni Ballado, S.E.1

IAIN  
PAREPARE



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM

## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002025089141, 14 Juli 2025

**Pencipta**

Nama : 1. Firman, S. Sos., 2. Dr. Nurhikmah, M.Sos.I., 3. Dr. Aris, M.HI., 4. Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I., 5. Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I.

Alamat : Pattingalloang, Bajeng, Kab. Gowa, Sulawesi Selatan, 92152

Kewarganegaraan : Indonesia

**Pemegang Hak Cipta**

Nama : 1. Firman, S. Sos., 2. Dr. Nurhikmah, M.Sos.I., 3. Dr. Aris, M.HI., 4. Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I., 5. Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I.

Alamat : Pattingalloang, Bajeng, Kab. Gowa, Sulawesi Selatan, 92152

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : Karya Tulis (Artikel)

Judul Ciptaan : EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMINIMALISIR PROBLEMATIKA TANAH WAKAF MASJID DI KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN MAIWA KABUPATEN ENREKANG

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 11 Juli 2025, di Kota Palopo

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor Pencatatan : 000929402

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon. Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM  
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL  
dan  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damarsongko, SH., MH.  
NIP. 196912261994031001



Disclaimer:  
1. Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencaib surat pencatatan permohonan.  
2. Surat Pencatatan ini telah disegel secara elektronik menggunakan segel elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara.  
3. Surat Pencatatan ini dapat dibuktikan keasliannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.

### Letter of Acceptance (LoA)

No: 23.1107/LOA-Palita/VII/2025

Dear **Firman**,

We are pleased to inform you that your article, entitled:

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMINIMALISIR  
PROBLEMATIKA TANAH WAKAF MASJID DI KANTOR URUSAN  
AGAMA KECAMATAN MAIWA KABUPATEN ENREKANG**

Firman, Nurhikmah, Aris, Ramli, Muhammad Qadaruddin  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
ID 7394

Is accepted for **Online Publication** in PALITA: Journal of Social-Religion Research, ISSN Cetak ([ISSN 2527-3744](#)), ISSN Online ([E-ISSN 2527-3752](#)), and will be published at **Volume 10, Number 2, October 2025**.

Thank you for your participation.



*Cek Status Naskah*

Kind Regard,  
Palopo, July 11, 2025  
Editor In Chief



Alla Lestari, S.Si., M.Si.  
**PALITA**  
JOURNAL OF SOCIAL RELIGION RESEARCH

**PAREPARE**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**  
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91131 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404 PO  
Box 909 Parepare 91100 website: [lp2m.iainpare.ac.id](http://lp2m.iainpare.ac.id), email: [lp2m@iainpare.ac.id](mailto:lp2m@iainpare.ac.id)

**SURAT REKOMENDASI**

No. B-301/In.39/LP2M.07/PP.00.9/07/2025

Nama : Suhartina, M.Pd.  
NIP : 19910830 202012 2 018  
Jabatan : Kepala Pusat Penerbitan & Publikasi LP2M IAIN Parepare  
Intitusi : IAIN Parepare

Dengan ini menyatakan bahwa identitas di bawah ini :

Penulis : Firman  
Email : [firm46.albajany@gmail.com](mailto:firm46.albajany@gmail.com)  
NIM : 2320203870133010  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jenjang Pendidikan : Pascasarjana

Benar telah menyelesaikan artikel dengan judul **"Efektivitas Komunikasi Persuasif dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang"** yang diterbitkan pada jurnal **"PALITA: Journal of Social Religion Research"** Volume 10 No.2 2025 dan telah terakreditasi SINTA 4. Maka dengan ini yang bersangkutan diberikan rekomendasi untuk dapat mengikuti ujian akhir.

Demikian surat rekomendasi ini disampaikan, atas partisipasi dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Parepare, 15 Juli 2025  
Kepala Pusat Penerbitan & Publikasi



Suhartina, M.Pd.  
NIP. 19910830 202012 2 018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
UNIT PELAKSANA TEKNIS BAHASA**



Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: B-87/In.39/UPB.10/PP.00.9/07/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Hj. Nurhamdah, M.Pd.  
NIP : 19731116 199803 2 007  
Jabatan : Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bahasa

Dengan ini menerangkan bahwa berkas sebagai berikut atas nama,

Nama : Firman  
Nim : 2320203870133010  
Berkas : Abstrak

Telah selesai diterjemahkan dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Arab dan Bahasa Inggris pada tanggal 09 Juli 2025 oleh Unit Pelaksana Teknis Bahasa IAIN Parepare.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 09 Juli 2025  
Kepala,



**PAREPARE**

# Efektivitas Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang

<sup>1</sup>Firman, <sup>2</sup>Nurhikmah, <sup>3</sup>Aris, <sup>4</sup>Ramli, <sup>5</sup>Muhammad Qadaruddin

<sup>12345</sup>Institut Agama Islam Negeri Parepare

Jl. Amal Bhakti No.8, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan

E-mail: [firman46.albajany@gmail.com](mailto:firman46.albajany@gmail.com)

## Abstract

*This study aims to examine the effectiveness of persuasive communication in minimizing the problems of mosque waqf land at the Office of Religious Affairs (KUA) Maiwa District, Enrekang Regency. Therefore, this study focuses on understanding the forms, strategies, and supporting and inhibiting factors of persuasive communication carried out by related parties, such as the Government, religious instructors, community leaders, and mosque administrators, in an effort to resolve the problems of uncertified waqf land. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques are carried out through observation, in-depth interviews, and documentation. The research informants consist of the Head of KUA Maiwa District, religious instructors, mosque administrators, religious leaders, and local communities involved in the process of managing and resolving waqf land problems. The data obtained are analyzed through the process of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that the forms of persuasive communication applied include interpersonal communication, group communication, organizational communication and mass communication which are considered effective in minimizing waqf problems. Supporting factors for the effectiveness of persuasive communication include the role of the government, the role of the preacher, the role of the Wakif and the role of the Nadzir. The inhibiting factors are the lack of competent human resources, the lack of waqf literacy in the community and the geographical factors of the terrain and location. The persuasive communication strategies applied to minimize the problems of waqf land are the bil-hikmah method, Al-mauidzah hasanah and Al-mujadalah, and the bil-hal and bil-mal methods, as well as collaborative methods and also persuasive communication strategies through online media, the persuasive communication strategies applied are considered capable of minimizing the problems of waqf land at the Office of Religious Affairs, Maiwa District, Enrekang Regency.*

**Keywords:** Persuasive Communication, Waqf Problems, Office of Religious Affairs, Mosque Waqf, Communication Strategy

## Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk memahami bagaimana bentuk, strategi, serta faktor pendukung dan penghambat komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pihak-pihak terkait, seperti Pemerintah, penyuluh agama, tokoh masyarakat, dan pengurus masjid, dalam upaya menyelesaikan permasalahan tanah wakaf yang belum tersertifikasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari Kepala KUA Kecamatan Maiwa, penyuluh agama, pengurus masjid, tokoh agama, serta masyarakat setempat yang terlibat dalam proses pengelolaan dan penyelesaian permasalahan tanah wakaf. Data yang diperoleh dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk*

*komunikasi persuasif yang diterapkan meliputi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi serta komunikasi massa yang dianggap efektif dalam meminimalisir problematika wakaf. Faktor pendukung efektivitas komunikasi persuasif antara lain peran pemerintah, peran da'i, peran Wakif dan peran Nadzir. Adapun faktor penghambatnya yaitu kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, kurangnya literasi wakaf di masyarakat serta faktor geografis medan dan lokasi. Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam meminimalisir problematika tanah wakaf adalah metode bil-hikmah, Al-mauidzah hasanah dan Al-mujadalah, dan metode bil-hal dan bil-mal, serta metode kolaboratif dan juga strategi komunikasi persuasif melalui media online, strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dianggap mampu meminimalisir problematika tanah wakaf di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.*

**Kata Kunci.:** *Komunikasi Persuasif, Problematika Wakaf, Kantor Urusan Agama, Wakaf Masjid, Strategi Komunikasi*

## Pendahuluan

Komunikasi merupakan proses dasar dan esensial dalam kehidupan manusia, yang memungkinkan terciptanya interaksi, pengembangan hubungan, serta penyebaran informasi dan gagasan.<sup>134</sup> Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga berperan dalam pembentukan pemahaman dan interpretasi bersama di antara individu maupun kelompok. Dalam lingkup yang lebih luas, komunikasi adalah proses pertukaran makna, di mana setiap individu memberikan arti tertentu terhadap pesan yang diterimanya berdasarkan latar belakang, nilai, dan pengalaman pribadi. Oleh sebab itu, komunikasi yang efektif sangat diperlukan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti dalam keluarga, lingkungan kerja, pendidikan, hingga masyarakat, untuk membangun hubungan yang harmonis dan mencapai tujuan bersama.<sup>135</sup>

Seiring dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat akan pertukaran informasi yang cepat dan tepat, kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi semakin penting. Tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, komunikasi yang efektif harus memperhatikan cara penyampaian, bahasa yang digunakan, serta pemahaman terhadap audiens yang menerima pesan.<sup>136</sup> Kemampuan ini menjadi krusial dalam berbagai situasi di mana terdapat kebutuhan untuk memengaruhi opini atau sikap orang lain, yang salah satu bentuknya adalah komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif memiliki peran penting dalam membentuk sikap, opini, atau tindakan audiens. Berbeda dari komunikasi informatif yang hanya berfokus pada penyampaian pesan, komunikasi persuasif bertujuan untuk mempengaruhi pikiran atau tindakan penerima pesan sesuai dengan harapan

<sup>134</sup> Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017).

<sup>135</sup> A Liliweri, *Komunikasi Antarbudaya* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015).

<sup>136</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018).

komunikator. Komunikasi persuasif banyak digunakan dalam berbagai bidang, seperti pemasaran untuk mempromosikan produk, politik untuk mempengaruhi pemilih, pendidikan untuk meningkatkan motivasi belajar, dan kesehatan untuk mengubah perilaku masyarakat menuju gaya hidup yang lebih sehat.<sup>137</sup>

Surah An-Nahl ayat 125 memberikan dasar-dasar penting yang dapat diaplikasikan dalam komunikasi persuasif. Ayat ini mengajarkan kita untuk berdakwah atau berkomunikasi dengan bijaksana, lembut, terbuka dalam diskusi, dan tidak memaksakan kehendak. Para ahli komunikasi menyatakan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kredibilitas komunikator, daya tarik pesan, dan relevansi pesan dengan kebutuhan atau nilai-nilai audiens.<sup>138</sup> Prinsip-prinsip tersebut sangat relevan dalam upaya untuk meyakinkan atau mempengaruhi audiens dengan cara yang positif dan penuh penghormatan, yang merupakan esensi dari komunikasi persuasif yang efektif. Oleh karena itu, penguasaan teknik komunikasi persuasif sangat diperlukan bagi mereka yang ingin menyampaikan pesan dengan tujuan memengaruhi, baik dalam konteks komersial maupun sosial. Dengan demikian, pemahaman mengenai prinsip-prinsip komunikasi persuasif menjadi penting agar pesan yang disampaikan tidak hanya dipahami, tetapi juga dapat menggerakkan audiens untuk bertindak sesuai dengan tujuan komunikator. Dengan menerapkan komunikasi persuasif diharapkan dapat meminimalisir problematika Wakaf yang ada di Indonesia.

Wakaf merupakan salah satu instrumen dalam syariat Islam yang memiliki peranan strategis dalam pengembangan ekonomi umat, peningkatan kualitas pendidikan, serta penyediaan berbagai fasilitas sosial yang dibutuhkan masyarakat. Wakaf tanah, khususnya tanah yang diwakafkan untuk kepentingan masjid, memiliki nilai sosial dan religius yang tinggi. Namun, dalam praktiknya, wakaf sering kali dihadapkan pada sejumlah problematika yang berkaitan dengan legalitas dan pengelolaan, termasuk di Kabupaten Enrekang, khususnya di Kecamatan Maiwa. Salah satu isu utama yang kerap muncul adalah masalah sertifikasi tanah wakaf yang belum tuntas, yang berpotensi menimbulkan sengketa di kemudian hari.<sup>139</sup>

---

<sup>137</sup> Wijaya, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016).

<sup>138</sup> A. Supratiknya, *Psikologi Komunikasi* (Yogyakarta: Kanisius, 2015).

<sup>139</sup> Muhammad Zaki Muhtarom, “Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Program Pembibitan Penghafal Al-Qur’an (PPPA) Daarul Qur’an Dalam Meningkatkan Minat Donatur Sedekah Online Melalui New Media” (Universitas Islam Negeri Syarif, 2019).

Kabupaten Enrekang, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, memiliki tradisi wakaf yang kuat. Wakaf tanah untuk masjid menjadi salah satu bentuk wakaf yang paling sering ditemukan di wilayah ini. Namun, meskipun wakaf telah menjadi bagian dari kehidupan sosial dan keagamaan masyarakat, masalah sertifikasi tanah wakaf sering kali terabaikan. Ketika tanah wakaf belum memiliki sertifikat yang sah, hal ini membuka peluang terjadinya sengketa di masa mendatang, baik antara keluarga pewakaf maupun antara pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap tanah tersebut. Sertifikasi tanah wakaf sangat penting untuk menjamin kepastian hukum atas status tanah yang diwakafkan, sekaligus memberikan jaminan bahwa tanah tersebut benar-benar digunakan sesuai dengan tujuan wakaf.<sup>140</sup>

Di Kecamatan Maiwa, masalah sertifikasi tanah wakaf masjid masih menjadi isu yang perlu mendapatkan perhatian serius. Banyak tanah wakaf yang belum tersertifikasi. Potensi Tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa sebanyak 66 lokasi tanah yang diwakafkan untuk pembangunan masjid, sekitar 67% yang tersertifikasi, dan sebanyak 33% belum mempunyai sertifikat tanah wakaf. sehingga berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan hukum di kemudian hari. Selain itu, kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf turut memperparah situasi ini. Banyak masyarakat yang menganggap bahwa setelah tanah diwakafkan, urusan administratif seperti sertifikasi tidak lagi menjadi prioritas, padahal ini sangat penting untuk menjamin keberlanjutan dan keabsahan wakaf di mata hukum.

Problematika utama yang dihadapi dalam pengelolaan tanah wakaf di Kabupaten Enrekang meliputi rendahnya pengetahuan masyarakat tentang pentingnya wakaf, keterbatasan sumber daya dalam sosialisasikan wakaf, minimnya pengelolaan wakaf yang profesional, serta kurangnya komunikasi yang persuasif dari pihak-pihak terkait, hal ini mengakibatkan potensi wakaf di daerah ini belum termanfaatkan secara optimal. Banyak masyarakat yang belum memahami secara mendalam tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf dalam perspektif hukum Islam maupun hukum negara. Mereka sering kali menganggap bahwa wakaf adalah urusan agama semata, sehingga tidak perlu melibatkan prosedur hukum yang formal. Di sinilah peran komunikasi persuasif menjadi sangat penting. Dengan pendekatan yang tepat, masyarakat dapat diedukasi tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf bukan hanya dari

---

<sup>140</sup> Elyzatul Aini and Anrial, "Pendekatan Komunikasi Persuasif Penyuluh Dalam Pembinaan Calon Pengantin Di KUA Kecamatan Curup Selatan" (Institut Agama Islam Negeri Curup, 2023).

sisi agama, tetapi juga dari sisi kepastian hukum dan perlindungan terhadap aset wakaf.

Penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan komunikasi persuasif dalam konteks ini. Penelitian ini juga akan mengamati proses komunikasi persuasif yang dilakukan dalam berbagai kegiatan sosialisasi dan penyuluhan tentang wakaf, baik yang dilakukan secara formal oleh lembaga pemerintah maupun secara informal melalui peran tokoh agama dan masyarakat.<sup>141</sup>

Pandangan teoretis, penelitian ini akan mengacu pada teori komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi. Komunikasi persuasif melibatkan beberapa elemen penting, yaitu komunikator, pesan, media, dan audiens. Keberhasilan komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan yang tepat, relevan, dan meyakinkan. Selain itu, pemilihan media yang sesuai dengan karakteristik audiens juga merupakan faktor penentu keberhasilan. Dalam konteks wakaf, pesan yang disampaikan harus mampu menggugah kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf, sekaligus memberikan pemahaman yang komprehensif tentang prosedur dan manfaat sertifikasi tersebut.<sup>142</sup>

Komunikasi persuasif yang efektif memerlukan pendekatan yang adaptif terhadap kondisi sosial dan budaya masyarakat setempat. Di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang, masyarakat masih sangat menghormati tradisi dan nilai-nilai agama. Oleh karena itu, pendekatan yang melibatkan tokoh agama dan tokoh adat setempat dalam proses komunikasi persuasif dapat menjadi strategi yang tepat. Tokoh agama memiliki pengaruh besar dalam membentuk sikap dan persepsi masyarakat, sehingga peran mereka sangat penting dalam menyukseskan sosialisasi dan penyuluhan tentang sertifikasi tanah wakaf.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya penyelesaian problematika wakaf di Kabupaten Enrekang, khususnya terkait dengan sertifikasi tanah wakaf. Dengan memanfaatkan efektifitas komunikasi persuasif yang tepat, diharapkan masyarakat dapat lebih sadar akan pentingnya sertifikasi tanah wakaf, sehingga potensi sengketa di masa mendatang dapat diminimalisir. Selain itu,

---

<sup>141</sup> Lina Masruroh, *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia* (Scopindo Media Pustaka, 2020).

<sup>142</sup> Ditha Ananda Zulhijjah, "Komunikasi Persuasif Dompot Dhuafa Riau Dalam Menarik Minat Berdonasi Melalui Instagram" (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023).

penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam pengelolaan wakaf di masa depan. Berdasarkan latarbelakang di atas maka peneliti melakukan penelitian tesis dengan judul “Efektivitas Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang”.

Penelitian ini difokuskan pada efektivitas komunikasi persuasif dalam meminimalisir problematika wakaf, khususnya terkait sertifikasi tanah wakaf masjid di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang. Penelitian ini menelaah peran pengurus masjid, tokoh agama, dan lembaga pemerintah dalam menyelesaikan konflik legalitas wakaf melalui strategi komunikasi yang membangun kesadaran, kepercayaan, dan kerjasama. Selain menelusuri bentuk dan proses komunikasi yang terjadi, penelitian juga mengidentifikasi hambatan serta faktor sosial, budaya, dan kelembagaan yang memengaruhi efektivitas pendekatan persuasif tersebut.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk, faktor pendukung dan penghambat, serta strategi komunikasi persuasif dalam menyelesaikan masalah sertifikasi tanah wakaf. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi persuasif dan studi tentang wakaf, serta memberikan pemahaman baru mengenai perilaku sosial masyarakat Enrekang. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi panduan bagi lembaga wakaf, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya legalitas wakaf, dan memberikan rekomendasi kebijakan bagi pemangku kepentingan. Proposal ini terdiri dari tiga bab utama, yaitu pendahuluan, kajian pustaka dan kerangka teori, serta metodologi penelitian.

Sebelum memasuki pembahasan utama dalam penelitian ini, penting untuk meninjau beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan fokus kajian yang diangkat. Penelitian yang dilakukan oleh Samingan di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang berjudul *“Persepsi Tokoh Masyarakat Desa Tirtamulya Kecamatan Air Sugihan Kabupaten Ogan Komering Ilir Tentang Status Tanah Wakaf Yang Tidak Tercatat Oleh PPAIW”*<sup>143</sup> menunjukkan bahwa status hukum tanah wakaf di Desa Tirtamulya tidak sejalan dengan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 karena proses perwakafan yang dilakukan masyarakat tidak mengikuti ketentuan resmi yang berlaku. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini dalam hal permasalahan tanah wakaf yang tidak memiliki sertifikat. Namun,

---

<sup>143</sup> Samingan, “Persepsi Tokoh Masyarakat Desa Tirtamulya Kecamatan Air Sugihan Kabupaten Ogan Komering Ilir Tentang Status Tanah Wakaf Yang Tidak Tercatat Oleh PPAIW” (2017).

perbedaan terletak pada fokus kajiannya; Samingan lebih menekankan pada aspek ketidakpatuhan prosedural dalam proses perwakafan, sementara penelitian ini berfokus pada eksplorasi efektivitas komunikasi persuasif sebagai strategi untuk meminimalisir problematika tanah wakaf masjid yang belum bersertifikat di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma naturalistik, yang memandang kenyataan empiris sebagai sesuatu yang terjadi dalam konteks sosial dan budaya yang saling berkaitan, sehingga perlu diungkap secara holistik. Paradigma ini digunakan karena penelitian ini berfokus pada proses dinamis dan kompleks yang tidak terikat oleh perlakuan tunggal, khususnya dalam mengkaji strategi komunikasi persuasif para pihak di Kecamatan Maiwa dalam menyelesaikan problematika wakaf tanah masjid. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus (case study), penelitian ini mendalami praktik komunikasi dakwah di lembaga pemerintah seperti Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa, aparat kecamatan, pemerintah desa, serta para tokoh agama dan masyarakat setempat dalam mentransformasikan pesan dakwah yang efektif dan persuasif dalam konteks wakaf tanah masjid.<sup>144</sup>

Subjek atau informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive, yaitu teknik pengambilan sumber data yang mempertimbangkan bahwa informan memiliki otoritas dan kompetensi dalam memberikan informasi yang relevan.<sup>145</sup> Informan terdiri dari penyuluh agama di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa, tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh pemerintah, nadzir, wakif, serta pengurus masjid. Lokasi penelitian berada di Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan, dan dilakukan selama 60 hari kerja.<sup>146</sup>

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, yang dibantu dengan instrumen tambahan berupa pedoman wawancara, pedoman observasi, tape recorder, handphone, dan kamera. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap persepsi dan praktik komunikasi persuasif para informan. Observasi digunakan untuk mengamati langsung konteks sosial dan perilaku yang terjadi, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi

---

<sup>144</sup> M. Sayuthi Ali, *Metodologi Penelitian Agama: Pendekatan Teori Dan Praktek* (Bandung: Raja Grafindo Persada, 2002).

<sup>145</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003).

<sup>146</sup> Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama* (Malang: UIN Malang Press, 2003).

dan menguatkan data dari catatan, foto, dokumen, dan arsip yang tersedia di lapangan.<sup>147</sup>

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengikuti tahapan reduksi data, penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Dalam pendekatan studi kasus, langkah-langkah analisis meliputi pengorganisasian informasi, pemberian kode (coding), penyusunan uraian kasus dan konteksnya, penetapan pola dan hubungan antar kategori, interpretasi, dan penyajian naratif. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti melakukan uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas melalui triangulasi, member check, deskripsi padat, dan audit hasil penelitian.

## Hasil dan Diskusi

### **Bentuk Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang.**

#### **1. Bentuk Komunikasi Persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid dengan menggunakan teori komunikasi Lasswell**

Teori komunikasi Lasswell menjadi pendekatan strategis dalam merancang komunikasi persuasif untuk meminimalisir problematika tanah wakaf masjid. Teori ini menguraikan lima unsur komunikasi: Who, Says What, In Which Channel, To Whom, dan With What Effect, yang kesemuanya relevan untuk menyusun strategi penyampaian pesan yang tepat sasaran. Dalam konteks tanah wakaf, berbagai permasalahan seperti ketidaktahuan prosedur hukum, belum adanya sertifikasi, hingga konflik dengan ahli waris, membutuhkan pendekatan komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga menyentuh aspek emosional, spiritual, dan rasional. Komunikator dalam hal ini berperan sebagai agen perubahan sosial, mulai dari penyuluh agama, tokoh masyarakat, hingga aparatur KUA yang menyampaikan pesan secara dakwah, edukatif, dan persuasif.

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi wakaf harus bersifat edukatif, normatif, dan motivatif. Berdasarkan hasil wawancara, penghulu dan kepala KUA menekankan pentingnya legalitas tanah wakaf melalui AIW dan sertifikasi dari BPN, serta pentingnya komunikasi terbuka antara wakif, ahli waris, dan nazhir. Pesan juga menyentuh aspek spiritual, seperti pahala wakaf

---

<sup>147</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Banda Aceh: CV Alfabeta, 2012).

jariyah dan amanah umat, sehingga membangkitkan kesadaran religius masyarakat. Saluran komunikasi yang digunakan pun beragam, mulai dari ceramah tatap muka, khutbah Jumat, hingga media digital seperti WhatsApp dan media sosial. Strategi ini membuktikan bahwa efektivitas penyampaian pesan sangat bergantung pada pemilihan media yang tepat dan sesuai dengan karakteristik masyarakat sasaran.

Komunikasi persuasif ini ditujukan kepada berbagai kalangan, seperti wakif, ahli waris, pengurus masjid, perangkat desa, dan masyarakat umum. Setiap kelompok mendapat pendekatan pesan yang berbeda sesuai konteksnya. Misalnya, kepada wakif ditekankan keikhlasan dan pentingnya proses legal; kepada ahli waris ditekankan soal amanah dan penyelesaian damai; sedangkan kepada masyarakat umum ditekankan manfaat sosial dari wakaf. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi berlapis seperti ini efektif membangun pemahaman dan kesadaran kolektif untuk menjaga dan mengelola wakaf secara sah dan berkelanjutan.

Efek nyata dari komunikasi persuasif ini terlihat dari meningkatnya kesadaran dan partisipasi masyarakat. Wakif mulai mendatangi KUA secara mandiri untuk mengurus AIW, pengurus masjid lebih sadar pentingnya koordinasi, dan konflik dengan ahli waris mulai bisa diminimalisasi. Salah satu penyuluh agama menuturkan, "Dulu kami harus menjemput bola, sekarang masyarakat yang mendatangi kami untuk konsultasi dan minta pendampingan proses wakaf. Bahkan ada beberapa desa yang meminta kami mengadakan penyuluhan rutin." Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan persuasif yang dijalankan bukan hanya berhasil mengubah pemahaman, tetapi juga mendorong tindakan konkret yang memperkuat tata kelola tanah wakaf secara amanah dan legal.

## **2. Bentuk Komunikasi Persuasif yang diterapkan dalam meminimalisir problematika tanah wakaf masjid di Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang**

Komunikasi persuasif merupakan strategi komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi sikap, perilaku, atau kepercayaan masyarakat secara sukarela tanpa adanya paksaan. Dalam konteks sosial keagamaan, komunikasi ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangkitkan kesadaran emosional dan rasional agar masyarakat menerima serta mengamalkan nilai-nilai tertentu yang dianggap bermanfaat. Dalam isu tanah wakaf masjid, komunikasi persuasif menjadi sangat relevan karena banyak permasalahan muncul akibat kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya legalitas dan prosedur wakaf. Oleh sebab itu, strategi komunikasi

yang dilakukan oleh pihak Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Maiwa diarahkan pada pendekatan yang mampu menyentuh sisi personal, sosial, hingga kelembagaan masyarakat agar sadar dan mau terlibat dalam proses sertifikasi serta perlindungan tanah wakaf.

Bentuk pertama adalah komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi langsung antara penyuluh agama atau kepala KUA dengan nadzir dan wakif. Penyuluh agama Islam KUA Maiwa, Sulaeman Kadir, menyatakan bahwa mereka rutin mengunjungi rumah wakif atau nadzir dan menggunakan media seperti WhatsApp untuk menjelaskan prosedur pendaftaran tanah wakaf: *"Dengan komunikasi langsung kami bisa lebih efektif menjelaskan prosedur dan persyaratan mendaftarkan tanah wakaf,"* ujarnya. Kepala KUA, Achmad Tamsil, juga menegaskan bahwa konsultasi secara tatap muka atau melalui telepon adalah bentuk pelayanan yang terus dikembangkan untuk menyukseskan program pemerintah dalam sertifikasi tanah wakaf: *"Kami siap melayani masyarakat baik yang datang ke kantor maupun melalui telp/WhatsApp,"* katanya. Komunikasi interpersonal ini membangun kedekatan emosional yang menjadi kunci dalam menyampaikan pesan secara persuasif dan diterima dengan baik oleh masyarakat.

Bentuk kedua adalah komunikasi kelompok, yang dilaksanakan dalam forum majelis taklim, safari dakwah, safari Ramadan, khutbah Jumat, serta rapat desa dan lintas sektoral. Menurut Rahmaniyaniti, penyuluh agama di KUA Maiwa, forum seperti majelis taklim menjadi sarana edukasi dan dialogis: *"Kami tidak hanya menyampaikan materi satu arah, tapi juga mendengarkan dan mendiskusikan pandangan jamaah terkait tanah wakaf."* Sedangkan Kepala KUA menyampaikan bahwa khutbah Jumat dan kegiatan PHBI dijadikan momentum penting: *"Kami menyampaikan edukasi tentang wakaf kepada masyarakat dalam suasana keagamaan yang terbuka dan menyentuh."* Komunikasi kelompok ini tidak hanya menjadi ajang penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses kolektif membentuk kesadaran bersama, menyatukan pemahaman, dan menciptakan solusi terhadap persoalan wakaf yang muncul di tengah masyarakat.

Bentuk ketiga adalah komunikasi organisasi, yang mencakup koordinasi internal dan eksternal melalui forum formal maupun informal. Penyuluh agama menjelaskan bahwa bincang santai di kantor bersama kepala KUA sering kali menghasilkan solusi strategis meski tidak bersifat resmi: *"Pembicaraan informal ini sering menghasilkan ide-ide atau solusi yang bisa segera ditindaklanjuti,"* jelasnya. Di sisi lain, rapat resmi bersama IPARI atau Kasi Zakat dan Wakaf menjadi forum untuk menyamakan strategi kerja

antarpenyuluh. Kepala KUA menambahkan bahwa rapat lintas sektoral tingkat kecamatan dan kabupaten sangat penting untuk menjembatani komunikasi antarlembaga: *"Koordinasi seperti ini penting untuk memperkuat sinergi antarinstansi dalam menyukseskan sertifikasi tanah wakaf."* Komunikasi organisasi menjadi fondasi koordinatif dalam menciptakan efektivitas program wakaf yang terstruktur dan sistematis.

Bentuk terakhir adalah komunikasi massa, yaitu penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menyebarkan poster dan pesan dakwah bertema wakaf. Penghulu KUA menyebut bahwa media digital telah mulai digunakan meski masih terbatas: *"Kami butuh pelatihan agar bisa membuat konten digital yang menarik dan relevan,"* ungkapnya. Penyuluh agama pun mengakui bahwa sebagian besar penyuluh berusia di atas 50 tahun dan belum terbiasa dengan teknologi digital, sehingga pelatihan sangat diperlukan: *"Banyak dari kami belum terbiasa membuat konten seperti video atau poster dakwah,"* ujarinya. Kendati demikian, komunikasi massa ini memiliki potensi besar dalam menjangkau masyarakat luas, khususnya generasi muda, dan menjadi sarana efektif menyampaikan ajakan persuasif tentang pentingnya menjaga dan menyertifikasi tanah wakaf masjid di era digital. Dengan demikian, keempat bentuk komunikasi ini saling melengkapi dalam membangun kesadaran kolektif dan menyelesaikan problematika tanah wakaf secara berkelanjutan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Persuasif dalam meminimalisir problematika tanah wakaf di Kantor urusan agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang

Komunikasi persuasif memainkan peran penting dalam menangani problematika tanah wakaf, khususnya dalam konteks pengelolaan wakaf masjid. Strategi ini menjadi efektif ketika didukung oleh sejumlah kekuatan internal seperti sinergi antar lembaga, otoritas keagamaan yang dihormati masyarakat, serta adanya forum keagamaan rutin yang menjadi wadah penyampaian pesan wakaf secara berkelanjutan. Pemerintah melalui Kementerian Agama dan BPN berperan aktif dalam memberikan regulasi dan fasilitasi, sementara para da'i memiliki daya persuasi spiritual dalam menyentuh kesadaran masyarakat. Nadzir dan wakif juga memegang peran sentral, di mana keduanya bukan hanya sebagai pelaksana dan pemilik niat wakaf, tetapi juga sebagai komunikator utama di lapangan. Sinergi keempat elemen ini membentuk jaringan persuasi yang kokoh dan saling melengkapi.

Selain kekuatan internal, peluang eksternal juga memperkuat efektivitas komunikasi persuasif dalam konteks wakaf. Di antaranya adalah kebijakan

afirmatif pemerintah seperti program sertifikasi tanah wakaf gratis dan kemudahan akses melalui platform digital seperti *Siwak* (Sistem Informasi Wakaf). Transformasi digital ini memberikan kemudahan dalam proses legalisasi dan pemantauan tanah wakaf. Ditambah lagi, pelatihan dan pendampingan yang difasilitasi oleh pemerintah semakin memperkuat kapasitas pelaksana di lapangan. Dengan memanfaatkan peluang ini, strategi komunikasi dapat dikembangkan secara inovatif, adaptif, dan relevan terhadap perubahan sosial masyarakat.

Namun demikian, strategi komunikasi persuasif ini juga menghadapi sejumlah kelemahan yang bersifat internal. Kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang komunikasi dan perwakafan menyebabkan proses komunikasi tidak berjalan optimal. Banyak nadzir dan tokoh masyarakat yang belum memiliki pemahaman mendalam tentang aspek hukum dan administrasi wakaf. Selain itu, rendahnya literasi wakaf di kalangan masyarakat membuat ajakan sertifikasi atau pengelolaan wakaf kerap dianggap tidak penting atau menyulitkan. Kondisi geografis yang sulit dijangkau dan minimnya kerja sama lintas sektor juga menjadi faktor yang memperlambat proses komunikasi dan pemecahan masalah secara kolaboratif.

Di sisi lain, terdapat pula berbagai ancaman eksternal yang berpotensi menghambat efektivitas komunikasi persuasif. Salah satu yang paling mencolok adalah potensi konflik antara nadzir dan masyarakat, terutama jika tidak terdapat kejelasan dalam pengelolaan atau pemahaman hukum tentang wakaf. Tanah wakaf yang belum bersertifikat juga sangat rentan terhadap klaim dari ahli waris atau pihak lain, yang dapat menimbulkan sengketa hukum berkepanjangan. Selain itu, jika komunikasi tidak dilakukan secara tepat dan berkelanjutan, akan muncul resistensi masyarakat terhadap program-program wakaf. Oleh karena itu, penting bagi seluruh pemangku kepentingan untuk menyusun strategi komunikasi yang tidak hanya bersifat argumentatif dan informatif, tetapi juga adaptif terhadap tantangan sosial dan hukum yang ada.

### **Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meminimalisir Problematika Tanah Wakaf Masjid Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang**

Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh KUA Kecamatan Maiwa dalam menangani problematika tanah wakaf masjid dilakukan melalui pendekatan edukatif, humanis, dan partisipatif. Permasalahan seperti belum adanya sertifikat tanah wakaf serta konflik antara ahli waris dan nadzir

direspons melalui penyuluhan di masjid, majelis taklim, dan forum masyarakat. KUA mengedepankan komunikasi yang santun, menggunakan bahasa yang sesuai dengan tingkat pemahaman masyarakat, dan pendekatan emosional-spiritual. Selain itu, pelibatan tokoh agama dan aparat desa, serta kerja sama lintas instansi seperti BWI, BPN, dan pemerintah desa menjadi bagian dari strategi kultural dan legal yang saling mendukung. Penggunaan media sosial juga menjadi cara untuk menjangkau generasi muda dan menyebarkan pesan dakwah modern secara luas.

Strategi ini dilandaskan pada tiga metode dakwah dari Surah An-Nahl ayat 125, yaitu **al-hikmah**, **al-mau'izhah al-hasanah**, dan **al-mujādalah**. Metode *al-hikmah* dilakukan dengan kebijaksanaan dan kelembutan, terutama dalam konteks geografis yang sulit dan minimnya pemahaman masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh **Cep Kurnia**, penyuluh agama KUA Maiwa: *"Saya pribadi merasa bahwa pendekatan yang paling cocok digunakan dalam situasi seperti ini adalah metode dakwah al-ḥikmah, yaitu menyampaikan dengan bijak, pelan-pelan, dan menyesuaikan kondisi masyarakat. Tidak bisa langsung menekan atau memaksa, apalagi kalau masyarakat belum terlalu paham soal pentingnya sertifikasi wakaf."* Metode ini berupaya membangun kesadaran masyarakat secara perlahan tanpa paksaan, memperhatikan kondisi sosial dan psikologis audiens.

Metode kedua, *al-mau'izhah al-ḥasanah*, diterapkan melalui nasihat yang menyentuh hati, menggunakan contoh nyata dan tutur kata yang lembut. Dalam wawancara, **Cep Kurnia** juga menjelaskan: *"Biasanya kami sampaikan dalam bentuk nasihat, misalnya saat khutbah Jumat, ceramah di pengajian, atau majelis taklim... Banyak masyarakat yang tersentuh ketika diberi contoh kasus, misalnya wakaf yang disengketakan ahli waris karena belum ada kekuatan hukum."* Strategi ini efektif untuk masyarakat awam yang cenderung menerima pesan melalui pendekatan emosional dan moral ketimbang instruksi hukum semata. Nasihat yang santun dan relevan menjadi cara untuk menggugah kesadaran kolektif tentang pentingnya legalitas wakaf.

Metode terakhir, *al-mujādalah*, digunakan dalam konteks yang membutuhkan diskusi dan dialog terbuka, khususnya jika masyarakat bersikap skeptis atau keras kepala. **Achmad Tamsil**, Kepala KUA Maiwa, menyampaikan: *"Kami di KUA Maiwa memiliki program bincang-bincang santai di kantor... agar ketika ada kendala seperti berkas yang kurang atau ada konflik kecil, bisa segera ditemukan solusinya. Saya kira metode dakwah al-mujādalah, yaitu berdiskusi dengan cara yang baik, sangat tepat digunakan dalam kondisi seperti ini."* Pendekatan ini memungkinkan masyarakat merasa

dilibatkan dan dihargai, sehingga lebih mudah menerima solusi bersama. Ketiga metode ini secara terpadu menunjukkan bagaimana strategi komunikasi persuasif berbasis nilai-nilai Qur'ani mampu menjawab tantangan nyata pengelolaan tanah wakaf masjid secara damai dan efektif.

## Kesimpulan

Bentuk komunikasi persuasif yang diterapkan di Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Maiwa meliputi penyuluhan formal melalui pertemuan dan sosialisasi, pendekatan interpersonal secara langsung kepada masyarakat, serta penggunaan bahasa religius yang menyentuh aspek emosional dan keagamaan, yang dilakukan dengan prinsip kesantunan, kejelasan pesan, dan penguatan nilai-nilai keagamaan guna meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya sertifikasi tanah wakaf. Efektivitas komunikasi ini didukung oleh kredibilitas penyuluh agama, keterlibatan tokoh masyarakat dan tokoh agama yang dihormati, serta meningkatnya kesadaran sebagian masyarakat tentang pentingnya legalitas wakaf, meskipun masih terdapat hambatan seperti rendahnya pengetahuan hukum wakaf, keterbatasan anggaran penyuluhan, dan anggapan bahwa sertifikasi bukanlah prioritas. Strategi yang diterapkan untuk meminimalisir problematika tersebut mencakup optimalisasi pendekatan keagamaan, pembangunan komunikasi interpersonal yang intensif, pelibatan tokoh agama dan masyarakat dalam penyuluhan, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan partisipasi aktif masyarakat dalam pengurusan sertifikasi tanah wakaf demi mencegah potensi sengketa di masa depan.

Pada bagian ini menyajikan ringkasan dari uraian mengenai hasil dan pembahasan, mengacu pada tujuan penelitian. Berdasarkan kedua hal tersebut dikembangkan pokok-pokok pikiran baru yang merupakan esensi dari temuan penelitian.

Selanjutnya dikemukakan saran. Saran disusun berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas. Saran dapat mengacu pada tindakan praktis, pengembangan teori baru, dan/atau penelitian lanjutan

## Daftar Pustaka

- Aini, Elyzatul, and Anrial. "Pendekatan Komunikasi Persuasif Penyuluh Dalam Pembinaan Calon Pengantin Di KUA Kecamatan Curup Selatan." Institut Agama Islam Negeri Curup, 2023.
- Ali, M. Sayuthi. *Metodologi Penelitian Agama: Pendekatan Teori Dan Praktek*. Bandung: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2018.
- Effendy. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Liliweri, A. *Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015.
- Masruuroh, Lina. *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Muhtarom, Muhammad Zaki. "Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Program Pembibitan Penghafal Al-Qur'an (PPPA) Daarul Qur'an Dalam Meningkatkan Minat Donatur Sedekah Online Melalui New Media." Universitas Islam Negeri Syarif, 2019.
- Samingan. "Persepsi Tokoh Masyarakat Desa Tirtamulya Kecamatan Air Sugihan Kabupaten Ogan Komering Ilir Tentang Status Tanah Wakaf Yang Tidak Tercatat Oleh PPAIW," 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Banda Aceh: CV Alfabeta, 2012.
- Supratiknya, A. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Kanisius, 2015.
- Suprayogo, Imam. *Metodologi Penelitian Sosial Agama*. Malang: UIN Malang Press, 2003.
- Wijaya. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016.
- Zulhijjah, Ditha Ananda. "Komunikasi Persuasif Dompot Dhuafa Riau Dalam Menarik Minat Berdonasi Melalui Instagram." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023.



Dokumentasi kegiatan rapat membahas program sertifikat wakaf di KUA Kecamatan Maiwa, penghulu dan penyuluh hadir dalam kegiatan.



Dokumentasi Wawancara Dengan Kepala Seksi Penzawa Dan Penghulu Kecamatan Maiwa

## **BIODATA PENULIS**

### **DATA PRIBADI**



Nama : Firman  
Tempat & Tgl Lahir : Pattingalloang, 04 Juni 1997  
NIM : 2320203870133010  
Alamat : Pattingalloang, Kec. Bajeng.  
Nomor Hp : 085298732900  
Alamat E-Mail : firman46.albajany@gmail.com

### **RIWAYAT PENDIDIKAN :**

1. SD INPRES PATTINGALLOANG (2009)
2. SMP NEGERI 4 PALLANGGA (2012)
3. SMK NEGERI 1 LIMBUNG (2015)
4. UIN ALAUDDIN MAKASSAR (2019)

### **RIWAYAT ORGANISASI :**

1. IPARI KEMENAG KABUPATEN ENREKANG
2. ANGGOTA MUI KABUPATEN ENREKANG

### **KARYA ILMIAH :**

1. Skripsi : “Penerapan Dakwah Dalam Upaya Meminimalisir *Silariang* (Kawin lari) Di Desa Bontosunggu Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.”