**STRATEGI KOMUNIKASI LAZISMU CABANG KEBAYORAN BARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MUZAKKI DI LINGKUNGAN PERGURUAN MUHAMMADIYAH**

Abdul Khohar

a.khohar007@gmail.com

Abstrak

Potensi zakat di Indonesia sangat besar sekali. Selain karena jumlah penduduk yang banyak, penduduk Indonesia juga mayoritas beragama Islam. LazisMu sebagai lembaga zakat yang bernaung di bawah nama besar Muhammadiyah juga harus mengambil inisiatif dalam mengelola potensi zakat tersebut. LazisMu Cabang Kebayoran Baru berada tepat di tengah komplek perguruan Muhammadiyah, di mana ada tempat pendidikan dari mulai TK sampai Perguruan Tinggi tentu memiliki potensi yang besar untuk menarik jumlah muzakki baru setiap tahunnya. Dibutuhkan strategi yang tepat untuk menjaring jumlah muzakki baru agar potensi zakat yang besar dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin. Penelitian ini dilakukan dengan penentuan unit pengamatan, analisis strategi komunikasi dan dilanjutkan dengan analisis triangulasi antara hasil wawancara mendalam dengan temuan hasil observasi di lapangan, identifikasi strategi komunikasi pengurus lazisMu Kebayoran Baru dan diperkuat dengan analisis hasil interpretasi. Strategi yang diterapkan oleh lazismu antara lain, Mengenali Sasaran Komunikasi, Pemilihan Media Komunikasi, Pengkajian Tujuan Pesan, serta Meningkatkan Peran Komunikator Dalam Komunikasi.

**Kata kunci :** *lazisMu, manajemen komunikasi, strategi komunikasi*

*Abstract*

The potential of zakat in Indonesia is very large. In addition to the many populations, the Indonesian population is also the majority of Muslims. LazisMu as the institution of Zakat under the big name of Muhammadiyah should also take the initiative in managing the potential zakat. The new Kebayoran branch is located right in the middle of Muhammadiyah University complex, where there is a place of education from kindergarten to college certainly has a great potential to attract new amounts of muzakki annually. It takes the right strategy to capture the amount of new Muzakki so that the large potential of zakat can be utilized with the best possible. This research is done by determining the observation Unit, analysis of communication strategy, and continued with triangulation analysis between in-depth interviews with findings of observations on the ground, identification of the communication strategy of the management of the new Kebayoran Baru and strengthened by the analysis of interpretation results. Strategies implemented by the usual, among others, recognizing communication goals, selection of communication Media, assessment of message objectives, and improving the role of communicators in communication.

Keywords: *lazisMu*, *communication management, communication strategy*

|  |
| --- |
| **Article Info** |
| Received date: 8 Maret 2020 | Revised date: 21 Maret 2020 | Accepted date: 5 April 2020 |

PENDAHULUAN

Zakat merupakan ibadah yang tidak hanya berhubungan dengan nilai ketuhanan saja namun berkaitan juga dengan hubungan kemanusiaan yang bernilai sosial/*maliyahijtimah‘iyyah*.[1] Zakat memiliki manfaat yang sangat penting dan strategis dilihat dari sudut pandang ajaran Islam maupun dari aspek pembangunan kesejahteraan umat. Hal ini telah dibuktikan dalam sejarah perkembangan Islam yang diawali sejak masa kepemimpinan Rasulullah SAW. Zakat telah menjadi sumber pendapatan keuangan negara yang memiliki peranan sangat penting, antara lain sebagai sarana pengembangan agama Islam, pengembangan dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan, pengembangan infrastruktur, dan penyediaan layanan bantuan untuk kepentingan kesejahteraan sosial masyarakat yang kurang mampu.

Pengelolaan zakat yang baik dan optimal dapat menjadi potensi yang cukup besar bagi umat Islam. Pengelolaan bagi bangsa Indonesia khususunya umat Islam telah lama dilaksanakan sebagai dorongan pengamalan dan penyempurnaan agamanya. Seiring dengan timbulnya kesadaraan bahwa umat Islam yang mayoritas, zakat pun menjadi sumber dana yang potensial, maka dibuatlah berbagai peraturan sebagai landasan hukum pengelolaan zakat agar zakat tersebut dapat berfungsi secara optimal.

Peranan zakat begitu penting di Indonesia, khususnya melihat kondisi ekonomi masyarakat kurang mampu yang masih membutuhkan berbagai macam layanan bantuan, namun masih kesulitan dalam memperoleh layanan bantuan tersebut guna meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam sebenarnya memiliki potensi yang strategis dan sangat layak untuk dikembangkan dalam menggerakkan perekonomian negara. Selain sebagai ibadah dan kewajiban, zakat juga telah mengakar kuat sebagai tradisi dalam kehidupan masyarakat Islam. Oleh karena itu, zakat, infaq, dan shadaqah yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Islam di Indonesia, harus terus dikembangkan baik cara mengumpulkannya maupun mengelolanya sehingga menjadi potensi tersebut tidak terbuang sia-sia.

Zakat dapat dijadikan instrumen dalam mengentaskan kemiskinan karena dana yang bisa dikumpulkan seperti infaq, shadaqah, wakaf, wasiat, hibah serta sejenisnya. Oleh sebab itu, adanya dukungan stakeholders dalam memperbesar pengumpulan dananya, namun pula mampu meningkatkan skala program, gerakan, dan kesadaran. [2] Sumber dana-dana tersebut merupakan pranata keagamaan yang memiliki kaitan secara fungsional dengan upaya pemecahan masalah kemiskinan dan kepincangan sosial.

Dana yang terkumpul merupakan potensi besar yang dapat didayagunakan bagi upaya penyelamatan nasib puluhan juta rakyat miskin di Indonesia yang kurang dilindungi oleh sistem jaminan sosial. Dana zakat yang terprogram dengan baik, dikelola dengan sistem dan manajemen yang amanah, profesional dan integral dengan bimbingan dan pengawasan dari pemerintah dan masyarakat akan menjadi pemacu gerak ekonomi di dalam masyarakat dan meyehatkan tatanan sosial sehingga makin berkurangnya kesenjangan antara kelompok masyarakat yang mampu dan kelompok masyarakat yang kurang mampu.

Era globalisasi saat ini telah menuntut perubahan besar di semua sektor, termasuk sektor lembaga zakat. Globalisasi merupakan proses keterbukaan yang membuat batasan-batasan negara sudah tidak dirasakan lagi pengaruhnya. Dibutuhkan kepribadian yang kuat dan sumber daya manusia yang berkualitas untuk menghadapinya. Implikasinya, masyarakat menginginkan lembaga zakat yang memiliki sumber daya dan pengelolaan yang dapat diandalkan. Tak sedikit di antara lembaga zakat yang benar-benar mau mengelola dengan profesional dan amanah demi kesejahteraan orang banyak dan orang-orang lebih memilih lembaga zakat yang dapat dipercaya dan profesional dalam mengelolaannya

Lembaga amil zakat infaq dan shadaqah Muhammadiyah cabang Kebayoran Baru Jakarta Selatan (LazisMu Kebayoran Baru) sebagai salah satu lembaga filantropi Islam yang melakukan pemberdayaan masyarakat telah mempunyai program jangka panjang salah satunya pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan pemberian beasiswa kepada siswa yang kurang mampu. Pengumpulan Zakat seharusnya merupakan sesuatu yang terprogram dan terencana, termasuk ditentukan jadwalnya dengan jelas, dan tetap berlandasan untuk beribadah kepada Allah dengan ikhlas.

Sebagai lembaga amil zakat di lingkungan perguruan Muhammadiyah, tentu potensi yang dimiliki oleh LazisMu Kebayoran Baru sangat besar. Selain dari guru, dosen, dan karyawan, LazisMu Cabang Kebayoran Baru juga bisa menjaring para mahasiswa untuk menjadi muzakki yang potensial sehingga pengumpulan dana juga lebih banyak lagi. Tentu dalam menjaring calon muzakki baru dibutuhkan strategi yang terencana dengan baik sehingga kesuksesan program tersebut dapat terlaksana dengan baik.

Fungsi ilmu komunikasi pada era informasi saat ini menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat dalam berbagai golongan. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain, baik dalam kehidupan sehari-hari, seperti di rumah, sekolah, kampus, kantor, dan di manapun berada tidak terlepas dari yang namanya komunikasi.

Strategi komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dewasa ini dalam mempengaruhi khalayak untuk memahami apa yang kita sampaikan, baik yang bersifat informasi maupun hal-hal yang dianggap penting bagi seorang. Metode komunikasi yang tepat dapat meningkatkan pemahaman tentang sesuatu isu maupun gagasan yang ingin dijalankan secara individu maupun kelompok. Bagaimana pesan yang disampaikan tersebut dapat menjadi salah satu minat bagi khalayak dalam mengikuti pesan itu untuk diikuti.

Lembaga zakat akan mencapai keberhasilan, sangat bergantung pada komponen-komponen strategi pelaksanaan kegiatan, seperti berkaitan dengan pengelolaan, muzaki, mustahik, tenaga pelaksana, dan sarana prasarana. Komponen-komponen strategi tersebut adalah satu-kesatuan yang saling mendukung dalam pencapaian tujuan lembaga amil zakat. Komponen satu dan yang lainnya saling melengkapi, sehingga komponen-komponen pelaksana kegiatan tersebut memberikan kontribusi yang sangat tinggi terhadap pencapaian tujuan lembaga amil zakat tersebut.

Begitu juga halnya dengan strategi menjaring muzakki (pemberi zakat), keberadaanya sangat dibutuhkan. Dengan semakin banyaknya muzakki, dana yang terkumpulpun akan semakin banyak dan dapat dimanfaatkan dengan lebih luas lagi. Penerima zakat dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan potensi fisik, kecerdasan intelektual, sosial, emosional, dan kejiwaan (psikologi) penerima zakat.

Dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka peneliti merumuskan masalah “bagaimana strategi komunikasi LazisMu Kebayoran Baru dalam meningkatkan jumlah muzakki di lingkungan perguruan Muhammadiyah.” Tujuannya adalah untuk menganalisa dan menemukan solusi terkait strategi komunikasi LazisMu Kebayoran Baru dalam meningkatkan jumlah muzakki di lingkungan perguruan Muhammadiyah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Denzin and Lincoln menyebutkan bahwa *qualitative research is multimethod in focus, involving an interpretive naturalistic approach to its subject matter. This means that qualitative researchers study things in their natural settings, attempting to make sense of or interpret phenomena in terms of the meanings people bring to them.* [3]

Pengumpulan Data diperoleh dari Data Primer dan Data Sekunder. Data Primer diperoleh berdasarkan observasi awal dan dari hasil wawancara mendalam dengan Kepala LazisMu Kebayoran Baru. Sedangkan data sekunder pendukung didapatkan melalui referensi berupa jurnal, buku, dan catatan-catatan.

Teknik analisis data juga merupakan suatu rangkaian kegiatan dalam menginterprestasikan data yang dikumpulkan oleh peneliti menjadi seperangkat hasil dan informasi yang bermanfaat untuk dijawab dan memperkuat teori yang sudah ada.[4]

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Ada beberapa macam triangulasi, yaitu : triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi periset, dan triangulasi metode.

Kaitannya dengan penelitian ini, diperlukan adanya keabsahan data dan penyusunan dan hasil pengamatan (observasi) yang disusun dengan hasil wawancara dan isi suatu dokumen yang berkaitan, sehingga dengan langkah tersebut penyusun berupaya untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan, dengan demikian penelitian ini akan menerapkan triangulasi sumber dikarenakan hasil wawancara akan dikonfirmasi dengan hasil observasi di lapangan dan juga dokumen-dokumen terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

**Sejarah berdirinya Lazismu Kebayoran Baru**

LAZISMU adalah Lembaga Zakat Nasional Muhammadiyah yang berdiri pada tanggal 14 Juli 2002, dan dikukuhkan melalui SK Kementerian Agama Republik Indonesia nomor 457 tanggal 21 November 2002. Berdirinya LAZISMU dimaksudkan sebagai intitusi pengelola zakat dengan manajemen modern yang dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesaian masalah (*problem solver*) sosial masyarakat yang terus berkembang.

Dalam operasional programnya, LAZISMU didukung oleh jaringan multi lini, sebuah jarigan konsolidasi lembaga zakat yang tersebar di seluruh provinsi (berbasis kabupaten atau kota) yang menjadikan program-program pendayagunaan LAZISMU mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia secara cepat, terfokus, dan tepat sasaran. LAZISMU Kebayoran Baru merupakan jejaring resmi dari LAZISMU Pusat. LAZISMU Kebayoran Baru mulai aktif sejak tahun 2015. Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kebayoran Baru membentuk LAZIS Muhammadiyah yang bergerak di wilayah PCM Kebayoran Baru dengan SK No.002/KEP/IV.0/B/2015

**Visi, Misi dan Kebijakan Strategis**

a. Visi

Menjadi Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Shadaqah yang amanah, transparan dan profesional dalam rangka pemberdayaan masyarakat miskin dan kaum mustad’afin sesuai dengan tujuan Muhammadiyah.

b. Misi

1. Meningkatkan kesadaran ummat untuk membayar zakat sebagai salah satu rukun islam.
2. Mengintensifkan pengumpulan ZIS pada seluruh lapisan masyarakat.
3. Mendayagunakan zakat, infaq dan shadaqah secara optimal untuk pemberdayakan kaum miskin melalui amal-amal sosial dan kemanusiaan.
4. Mengelola zakat, infaq dan shadaqah secara professional, transparan dan akuntabel.

**Program Lazismu Kebayoran Baru**

LazisMu Cabang Kebayoran Baru mempunyai beberapa program unggulan yang selama ini menjadi nilai jual yang menarik bagi para calon muzakki. Program-program tersebut dinamakan dengan istilah *Best Practice* Program. Program tersebut di antaranya:

**Pengembangan Sumber Daya Insani**

Program ini fokus kepada penguatan dan pengembangan sumberdaya insani baik diinternal pengelola LazisMu maupun eksternal LazisMu. Pemberian bantuan pendidikan seperti beasiswa, kursus mata pelajaran gratis bagi siswa tidak mampu dan yang membutuhkan.

**BeasiswaMu**

Program ini adalah program bantuan biaya pendidikan yang diberikan kepada seluruh siswa dari tingkat sekolah Dasar sampai dengan tingkat Universitas. Program BeasiswaMu terbagi menjadi dua kategori Beasiswa Berprestasi dan Beasiswa Anak Binaan. Beasiswa Berprestasi merupakan santunan pendidikan yang diberikan kepada seluruh siswa–siswi Muhammadiyah yang memiliki prestasi dan dapat memenuhi kelengkaapan administrasi beasiswaMu.

Beasiswa Anak Binaan merupakan santunan biaya pendidikan yang diberikan oleh pihak LazisMu kebayoran baru kepada seluruh anak–anak yatim piatu yang dikelola oleh Muhammadiyah. Dalam menjalankan program santunan biaya pendidikan ini, LazisMu Kebayoran baru telah menjalin kerjasama dengan berbagai pihak di antaranya Sekolah Dasar Muhammadiyah 3 Limau, Sekolah Menengah Pertama 5 Limau, Sekolah Menengah Atas 8 Limau, dan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat, Rumah Sakit Taman Puring, Jakarta Selatan.

**Pemberdayaan Ekonomi Umat**

Peningkatan ekonomi umat melalui program pemberdayaan ekonomi yang meliputi penguatan usaha kecil menengah bagi kelompok ekonomi lemah. Serta penguatan potensi pengusaha muda atau *Youth Entrepreneurship* (Yang Muda Yang Berkarya) dengan potensi-potensi yang mereka miliki. Beberapa program pemberdayaan ekonomi ummat adalah:

* GeraiMu

Adalah program pemberdayaan ekonomi ummat untuk menggerakkan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di lingkungan cabang Kebayoran Baru dan wilayah Jakarta Selatan. Lazismu mengadakan pelatihan kepada calon pengusaha yang berminat membangun usaha ataupun yang sudah mulai merintis usahanya dengan menghadirkan orang-orang yang sukses untuk memberikan kiat-kiat berusaha agar sukses dalam menjalankan usaha yang mau atau sedang dirintis. Selain itu, lazismu juga memberikan bantuan modal untuk pada calon pengusaha yang ingin memwujudkan impiannya menjadi pengusaha mikrp, kecil dan menengah.

* Pelatihan Amil

Program ini menghadirkan pelatihan mengenai tata cara pengurusan jenazah, mulai dari memandikan, mengkafankan, sampai menguburkan jenazah. Dengan pelatihan ini lazismu Kebayoran Baru berharap masyarakat di sekitar wilayah Kebayoran Baru mengerti dan paham bagaimana proses pengurusan jenazah sehingga ummat terberdaya dan tidak tergantung kepada amil dari wilayah lain yang mungkin jauh dari wilayah Kebayoran Baru.

**Dakwah Kemasyarakatan dan Sosial**

Program dakwah kemasyarakatan dan sosial dengan mempublikasikan dan menginformasikan dalam bentuk buletin bulanan secara rutin seputar kegiatan LazisMu. Serta melakukan kerjasama kemitraan kepada lembaga-lembaga lain dalam memaksimalkan pengelolaan LazisMu. Pengeloaan data dan informasi LazisMu dapat diakses oleh public guna mendukung tercapainya akuntabilitas lembaga. Meningkatkan keterlibatan peserta didik dalam amal usaha PCM Kebayoran Baru dalam program dakwah social untuk meningkatkan kepedulian mereka terhadap masyarakat yang kurang mampu.

Potensi PCM Kebayoran Baru yang memiliki amal usaha terutama dalam bidang pendidikan dasar menengah serta rumah sakit, merupakan sumberdaya yang dapat disinergikan dengan program LazisMu. Memberikan bantuan pengobatan gratis bagi masyarakat tidak mampu, memberikan santunan anak yatim, bantuan dakwah kepada marbot, mubalig dan mubalighot.

***Bantuan dana Kesehatan bagi Pasien Tidak Mampu***

Program ini adalah program bantuan biaya perawatan  kesehatan yang diberikan kepada masyarakat tidak mampu. Program bantuan ini merupakan program santunan biaya perawatan dengan biaya maksimal sebesar Rp. 10.000.000,- per bulan. Dalam menjalankan program santunan ini, LazisMu Kebayoran baru telah menjalin kerjasama dengan pihak Rumah Sakit Taman Puring Kebayoran Baru.

* 1. ***AmbulanceMu***

Program ini adalah program bantuan transportasi yang dapat digurnakan oleh seluruh masyarakat  yang tidak mampu. Lazismu Cabang Kebayoran Baru sadar bahwa biaya penyewaan ambulance terbilang sangat mahal di Jakarta. Dalam menjalankan program ini, LazisMu Kebayoran baru telah menjalin kerjasama dengan pihak Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

* 1. ***QurbanMu***

Program ini merupakan program tahunan setiap hari raya Idul Adha. Di mana lazismu Kebayoran Baru menerima dan menyalurkan kurban kepada mustahik yang layak menerima kurban tersebut. Pada program ini biasanya lazismu menerima hewat kurban dari masyarakat sekitar Kebayoran Baru ditambah para guru dan orang tua murid dari siswa sekolah di lingkungan perguruan Muhammadiyah Kebayoran Baru.

**SAJIAN DATA**

Setelah melakukan penelitian, maka strategi komunikasi yang dilakukan oleh Lazismu Kebayoran Baru adalah sebagai berikut:

* + - * 1. **Mengenali sasaran Komunikasi**

Dalam mengenali sasaran komunikasi, Lazismu Kebayoran Baru menggunakan program kerja seminar dan *launching* program sebagai strategi komunikasinya. Melalui program kerja tersebut Lazismu Kebayoran Baru dapat berinteraksi secara langsung dengan sasaran komunikasi.

“Pada saat Lazismu Kebayoran Baru ini berdiri, kami langsung *launching* program AmbulanceMu. Alhamdulillah respon yang diberikan masyarakat sekitar sangat positif. Ini terbukti dengan *launching* program tersebut kami jadi punya dua unit ambulance yang bisa dipergunakan oleh masyarakat yang membutuhkan. Strategi komunikasi melalui program seperti ini menjadikan kami tahu bahwa calon muzakki menghendaki program yang langsung dapat menghasilkan sesuatu yang dapat dinikmati oleh mustahik (penerima bantuan) secara langsung”. (Ketua LazisMu Kebayoran Baru, Syaiful Rohim, 30 Desember 2019).

“LazisMu Kebayoran Baru ini merupakan cabang yang pertama didirikan di DKI Jakarta. Bahkan waktu cabang ini berdiri, LazisMu Wilayah itu belum ada. Akhirya kami pada saat itu berusaha semaksimal mungkin untuk memajukan LazisMu ini sebagai bagian dari amal usaha Muhammadiyah. Kalau sekarang Kebayoran Baru ini kedudukannya sebagai cabang kas saja karena sudah ada LazisMu wilayah DKI Jakarta.”. (Ketua LazisMu Kebayoran Baru, Syaiful Rohim, 30 Desember 2019).

Sebelum acara dimulai, panitia menyediakan kertas berisi identitas lengkap sasaran komunikasi. Data tersebut nantinya diisi oleh peserta acara, melalui data tersebut Lazismu Kebayoran Baru melakukan segmentasi pasar. Melalui segmentasi pasar diharapkan Lazismu Kebayoran Baru dapat dengan mudah menyeleksi dan memahami calon *muzakki* dari mulai jenis kelamin, usia, alamat dan lain sebagainya.

**Pemilihan Media Komunikasi**

 Pemilihan media komunikasi juga sangat penting demi keberlangsungan penyampaian informasi. Banyak jenis media yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Salah satunya melalui media sosial. Jenis media sosial yang digunakan oleh LazisMu Kebayoran Baru adalah facebook, instagram, serta website. Internet merupakan jaringan komputer terbesar di dunia dan dilihat dari segi jumlah jaringan merupakan orang dan sumber daya alam yang tersambungkan

Media-media sosial tersebut digunakan terutama untuk menyampaikan laporan kegiatan yang sudah dilaksanakan. Dengan laporan tersebut LazisMu Kebayoran Baru berharap para muzakki semakin percaya dengan keterbukaan informasi dari apa yang telah mereka sumbangkan kepada Lazismu Kebayoran Baru. Di samping itu juga diharapkan dapat menjaring calon *muzakki* baru untuk ikut berpartisipasi pada kegiatan Lazismu Kebayoran Baru yang lainnya.

“Strategi yang kami gunakan adalah melalui media sosial, terutama facebook. Kami menyampaikan laporan kegiatan yang sudah kami laksanakan kepada para muzakki. Dengan diuploadnya laporan tersebut, kami harap kepercayaan para *muzakki* tetap terjaga kepada Lazismu ini. Juga diharapkan para calon muzakki dapat ikut berpartisipasi pada kegiatan kami yang lain.” (Ketua LazisMu Kebayoran Baru, Syaiful Rohim, 30 Desember 2019).

“Yang pasti setelah dokumentasi, kami unggah ke facebook. Publikasi lewat media sosial juga harus gencar mas, calon *muzakki* biar lebih yakin dengan LazisMu Kebayoran Baru”. Selain itu kami juga masih pakai brosur sebagai media publikasi. (Ketua LazisMu Kebayoran Baru, Syaiful Rohim, 30 Desember 2019).

**Pengkajian Tujuan Pesan**

 Dalam melancarkan komunikasi, kita harus berupaya menghindarkan pengucapan kata-kata yang mengandung pengertian konotatif. Semuanya bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekadar mengetahui atau melakukan tindakan tertentu.[5] Pengkajian tujuan pesan komunikasi juga menentukan teknik apa yang harus diambil oleh Lazismu Kebayoran Baru. Tujuan komunikasi dari Lazismu Kebayoran Baru adalah meningkatkan jumlah *muzakki*.

 Dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah *muzakki,* teknik informatif, persuasif, dan edukasi sangat diperlukan. Karena masih banyak calon *muzakki* yang belum paham tentang kewajiban zakat, infaq, dan sodaqoh.

 “Kita di lazismu Kebayoran Baru selalu berusaha untuk meyakinkan para calon *muzakki* bahwa berzakat itu merupakan kewajiban setiap muslim, dan juga berzakat itu mudah dilakukan saat ini. Bisa dengan cara transfer, menggunakan QR Code, atau jika mau dijemput, bisa dijemput ke tempat, jika calon muzakki mau. Apalagi sekarang kan jaman teknologi di mana orang sudah tidak usah lagi repot-repot datang ke kantor zakat. Semua bisa dilakukan dengan HP.” (Ketua LazisMu Kebayoran Baru, Syaiful Rohim, 30 Desember 2019).

 Selain memberikan informasi dan edukasi, Lazismu Kebayoran Baru juga berusaha meyakinkan calon *muzakki* untuk tetap menyalurkan zakatnya melalui Lazismu Kebayoran Baru*.* Di sini teknik persuasif sangat diperlukan, dalam rangka mendukung program-program Lazismu Kebayoran Baru tetap dipercaya oleh para *muzakki* di wilayah Kebayoran Baru dan Jakarta Selatan.

 “Dalam setiap kegiatan kita menggunakan sarana media sosial untuk memberitahukan kepada para muzakki bahwa acara tersebut sudah kita laksanakan. Tujuannya supaya orang yang sudah berzakat di Lazismu Kebayoran Baru percaya bahwa uang yang sudah mereka keluarkan sudah disalurkan kepada orang yang berhak menerima zakat tersebut.” (Ketua LazisMu Kebayoran Baru, Syaiful Rohim, 30 Desember 2019).

**Peranan Komunikator Dalam Komunikasi**

Keberhasilan sebuah strategi komunikasi tidak bisa dilepaskan dari peran komunikator. Lazismu Kebayoran Baru meyakinkan calon *muzakki* dengan mendatangkan komunikator yang berpengaruh dalam menyampaikan pesan karena mereka dianggap memiliki kredibilitas dan daya tarik tersendiri. Seorang komunikator akan berhasil dalam berkomunikasi, jika mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik

 “Dalam setiap kegiatan Lazismu Kebayoran Baru, kami berusaha menampilkan para ustadz yang sudah dikenal di kalangan warga Kebayoran Baru dan juga masyarakat Jakarta untuk mendukung keberhasilan komunikasi Lazismu Kebayoran Baru. Misalnya kami pernah menghadirkan Ustadz Al Habsy untuk meyakinkan warga Kebayoran Baru dan juga Jakarta Selatan untuk mendukung program kerja Lazismu Kebayoran Baru.” kata Syaiful Rohim, Ketua Lazismu Kebayoran Baru.

 Lalu faktor selanjutnya adalah kepercayaan komunikan pada komunikator. Faktor kepercayaan banyak bersangkutan dengan profesi, keahlian dan kesenioran orang. Biasanya Lazismu Kebayoran Baru menghadirkan seorang komunikator yang berasal dari Badan Syariah, Badan Pengawas, dan Badan Pengurus. Karena tingkat kesenioran dan pengalamannya melebihi Badan Pelaksana sendiri.

**PEMBAHASAN**

Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, gaya komunikasi adalah sebagai perangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Lazismu Kebayoran Baru dalam hal komunikasi organisasi lebih mementingkan keterbukaan dalam berkomunikasi. Usaha tersebut dilakukan supaya tidak ada kesalahpahaman dalam melaksanakan sebuah kegiatan.

 “Sebelum dan sesudah strategi komunikasi dijalankan, kami selalu berkoordinasi agar tidak terjadi kesalahpahaman dan menyamakan persepsi. Sesudah strategi komunikasi berlangsung, evaluasi antar lembaga juga perlu”. (Ketua LazisMu Kebayoran Baru, Syaiful Rohim, 30 Desember 2019).

 Dapat disimpulkan Lazismu Kebayoran Baru menggunakan gaya komunikasi dua arah (*the equalitarian style*). Gaya komunikasi ini memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara kerjasama antar lembaga. Strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi *(communication planning)* dan manajemen *(management communication)* untuk mencapai suatu tujuan. Pendapat lainmengatakan strategi komunikasi merupakan pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sifat, sikap pendapat khalayak (komunikan) atas dasar yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan

Strategi komunikasi yang digunakan oleh Lazismu Kebayoran Baru yang pertama adalah mengenali sasaran komunikasi. Sebenarnya sasaran komunikasi dari Lazismu Kebayoran Baru sudah dikenali, yaitu warga Muhammadiyah, dari mulai guru, karyawan, dokter RS Taman Puring, sampai orang tua murid warga Muhammadiyah di lingkungan Kebayoran Baru. Tetapi Lazismu Kebayoran Baru masih berupaya untuk meningkatkan jumlah *muzakki* dari warga non Muhammadiyah. Mengenali sasaran yang dimaksud adalah mengenali calon *muzakki* yang dihendaki. Sebab komunikan adalah subyek yang akan dijadikan sebagai penerima pesan dari komunikator. Cara yang digunakan adalah melalui program kerja sebagai sarana mengenali sasaran komunikasi. Program kerja yang dimaksud adalah launching program dan santunan anak yatim.

Sebelum melancarkan sasaran komunikasi, komunikan perlu mempelajari siapa-siapa saja yang menjadi sasaran komuniakasi tersebut. Hal ini akan sangat penting dalam penentuan tujuan komunikasi. Sebab komunikan adalah subyek yang akan dijadikan sebagai penerima pesan dari komunikator. Disini sangat diperlukan data atau gambaran umum tentang calon *muzakki*, seperti apa pekerjaannya, bagaimana tingkat pendidikannya dan dari mana daerah asalnya. Maka dari itu mengenali sasaran komunikasi berdampingan dengan berjalannya semua program kerja.

Lazismu Kebayoran Baru sendiri menggunakan daftar absen peserta *launching* program dan santunan anak yatim sebagai data yang nantinya akan dianalisis. Dalam daftar absen tersebut berisi tentang data geodemografis seperti nama, alamat, usia dan jenis kelamin. Untuk mencapai suatu sasaran komunikasi, seorang komunikator dapat menggunakan satu media atau beberapa media lainya (gabungan), bergantung pada tujuan yang ingin dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan.

Di era informasi yang begerak cepat, maka Lazismu Kebayoran Baru juga membutuhkan media yang dapat menyalurkan informasi secara cepat dan tidak terbatas. Facebook dan Instagram masih menjadi pilihan dalam rangka mengenalkan Lazismu Kebayoran Baru secara luas.

Dalam unggahannya, Lazismu Kebayoran Baru membagi konten informasi menjadi beberapa bagian. Foto kegiatan program kerja, ajakan berinfaq, kata-kata mutiara. Facebook dan Instagram merupakan salah satu produk dari internet. Internet merupakan jaringan komputer terbesar di dunia dan dilihat dari segi jumlah jaringan merupakan sumberdaya yang sangat besar yang bisa menyambungkan orang dengan latar belakang yang berbeda.

Selain menggunakan media sosial, Lazismu Kebayoran Baru juga masih mengandalkan media cetak konvensional. Brosur masih menjadi pilihan media publikasi yang cukup efektif. Tidak semua calon *muzakki* paham tentang internet, diantaranya masih ada yang buta internet.

Pesan komunikasi *(message)* mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik mana yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasif, atau teknik instruksi. Disela-sela kegiatan dari program kerja maupun konten yang dibagikan di facebook dan instagram, Lazismu Kebayoran Baru berusaha untuk mengenalkan diri (teknik informatif), mengajak (teknik persuasif) dan mendidik (teknik edukasi) calon *muzakki*, menjalankan kewajiban berzakat. Melalui ketiga teknik tersebut diharapkan calon *muzakki* paham tentang kewajiban berzakat. Karena hanya bahasalah yang mampu mengungkapan ungkapan pikiran dan perasaan. Fakta dan opini, hal-hal yang kongkret dan abstrak. Tanpa penguasaan bahasa, hasil pemikiran yang bagaimanapun baiknya tidak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat. Banyak kesalahan komunikasi dan kesalahan interpretasi yang disebakan oleh kesalahan penggunaan Bahasa.

Peran komunikator dalam komunikasi juga memengaruhi keberhasilan sebuah strategi komunikasi. Lazismu Kebayoran Baru mencoba meyakinkan calon *muzakki* dengan mendatangkan komunikator yang berpengaruh dalam menyampaikan pesan karena mereka dianggap memiliki kredibilitas dan daya tarik tersendiri. Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, jika mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya Tarik.

Lazismu Kebayoran Baru juga memiliki target *muzakki,* yang harus dicapai setiap bulannya guna menunjang keberhasilan program kerja yang direncanakan. Berdasarkan data tahun 2017, jumlah muzakki tetap di Lazismu Kebayoran Baru tidak ada peningkatan. Jumlahnya sama yaitu 248 orang. Padahal banyak program kerja yang sudah dibuat dan seharusnya dapat didukung dengan jumlah muzakki yang tidak sedikit. Indikator atau ukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah target pencapaian *muzakki-*nya.

Kondisi di lapangan sangat jauh berbeda dengan target, muzakki yang menyalurkan zakatnya melalui Lazismu Kebayoran Baru jumlahnya sama saja dari tahun ke tahun. Bukan tanpa sebab jumlah *muzakki* yang tak sesuai target ada beberapa kendala (1) Masyarakat masih nyaman dengan memberikan zakat langsung ke *mustahik*, jadi tidak melewati Lazismu, (2) Masih banyak masyrakat yang kurang paham tentang kewajiban berzakat, (3) Kurang Optimalnya program kerja yang dibuat sebagai sarana strategi, (4) Kurangnya sumberdaya manusia yang dimiliki oleh lazismu Kebayoran Baru dalam mengelola potensi zakat yang dimiliki.

“Karena sekarang di DKI Jakarta sudah ada Lazismu Wilayah DKI Jakarta, jadi Lazismu Kebayoran Baru ini sekarang hanya sekedar kantor kas saja. Jadi sebagai kantor kas tugasnya hanya menghimpun dari yang sudah ada. Kalau ada calon *muzakki* kami layani, dan kami tidak terlalu aktif dalam mencari muzakki baru.” (kata Syaiful Rohim, Ketua Lazismu Kebayoran Baru).

PENUTUP

Dari Penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Lazismu Kebayoran Baru untuk meningkatkan jumlah *muzakki* adalah (**1) Mengenali Sasaran Komunikasi**, sebelum melancarkansasaran komunikasi, komunikator perlu mempelajari siapa-siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi tersebut. Hal ini akan sangat penting dalam penentuan tujuan komunikasi. Sebab komunikan adalah subyek yang akan dijadikan sebagai penerima pesan dari komunikator. Di sini sangat diperlukan data atau gambaran umum tentang calon *muzakki,* melalui segmentasi pasar maka “identitas” sebenarnya dari calon *muzakki* dapat diketahui, (2) **Pemilihan** **Media Komunikasi**, tidak lupa juga media komunikasi harus diperhitungkan.Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan melalui perantara (media), jika perantara tidak terpenuhi bisa jadi komunikasi menjadi terhambat. Lazismu Kebayoran Baru menggunakan media sosial yaitu facebook dan instagram, sebagai perantara komunikasi ke khalayak umum. Selain itu media cetak berupa brosur masih efektif sebagai media publikasi. (3) **Pengkajian Tujuan Pesan**, pesan komunikasi *(message)* mempunyai tujuan tertentu. Maksud dari tujuan tertentu adalah pesan komunikasinya akan dibawa ke arah mana? Jika tujuannya meningkatkan *muzakki*, maka Lazismu Kebayoran Baru berusaha mengenalkan dirinya (teknik informatif), lalu mengajak (teknik persuasif) menjalan kewajiban berzakat, serta mendidik (teknik edukasi) calon *muzakki* betapa pentingnya kewajiban berzakat, (4) **Peran Komunikator Dalam Komunikasi**, juga sangat diperlukan komunikator yang dapat meyakinkan calon muzakki, pengalaman dan tingkat senioritas juga diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] D. Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

[2] M. U. Kasim, *Zakat Teori, Kutipan dan Agihan*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distribution., 2005.

[3] H. Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2010.

[4] R. Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

[5] O. U. Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Aditya Bakti, 2004.