

**STRATEGI HUMAS LAZIS AL IHSAN DALAM MENARIK MUZZAKI MELALUI
PROGRAM SEDEKAH SUBUH**

Irvan Afrizal Pratama
Universitas Sahid Surakarta
E-mail:irfanafrizal1545@gmail.com

ABSTRAK

Lazis Al Ihsan Surakarta memiliki sebuah program yang berfokus pada pengumpulan dana zakat dan sedekah yaitu program Sedekah Subuh. Program Sedekah ini bertujuan untuk memberikan wadah bagi umat muslim khususnya di daerah Surakarta dalam penyaluran dana zakat, infaq, dan sedekah. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi Humas Lazis Al Ihsan dalam menarik muzzaki melalui program sedekah subuh. Hasil penelitian ini bahwa strategi yang dilakukan Lazis Al Ihsan Surakarta dalam menarik muzzaki melalui program Sedekah Subuh dengan menggunakan 4 (empat) langkah antara lain: *fact finding and feedback* dilakukan Lazis Al Ihsan Surakarta untuk menemukan fakta lapangan sebelum melakukan sosialisasi, *planning and programing* dilakukan oleh Lazis Al Ihsan dilakukan untuk menentukan langkah yang akan diambil sebelum melakukan sosialisasi, *action and communication* dilakukan Lazis Al Ihsan untuk melakukan kegiatan sosialisasi program sedekah Subuh. Lazis Al Ihsan Surakarta melakukan sosialisasi melalui berbagai media seperti, media sosial (website resmi, siaran radio, whatsapp) dan media cetak (flyer, brosur). Evaluation dilakukan pertiga bulan sekali oleh Lazis Al Ihsan dengan mengumpulkan para koordinator bersangkutan.

Kata Kunci: Strategi, Sedekah Subuh, Program, LAZIZ, Al Ihsan

ABSTRACT

Lazis Al Ihsan Surakarta has zakat and alms fundraising program, namely the sedekah subuh program. This Program aims to provide a forum for muslims in Surakarta to distribute zakat, infaq, and alms funds. This study used descriptive qualitative research with data collection methods of interviews and documentation. The study aims to explain Lazis Al Ihsan's public relation strategy for attracting muzzaki through the sedekah subuh program. The results are that the strategy carried out by Lazis Al Ihsan Surakarta in attracting muzzaki through the sedekah subuh program uses 4 (four) steps, namely fact finding, and feedback carried out by Lazis Al Ihsan Surakarta to find facts before conducting socialization, planning, and programming to determine steps to be taken before carrying out socialization, action, and communication to carry out socialization activities for the sedekah subuh program. Lazis Al Ihsan Surakarta conducts socialization through various media such as social media (official website, radio broadcasts, WhatsApp) and print media (flyers, brochures). Evaluation is carried out every three months by Lazis Al Ihsan by collecting the relevant coordinators.

Keywords: Strategy, Sedekah Subuh, Program, LAZIZ, Al Ihsan.

PENDAHULUAN

Strategi merupakan rencana yang disatukan, terpadu, dan menyeluruh, yang mengaitkan antara keunggulan dengan tantangan. Strategi dibuat untuk mencapai sebuah tujuan. Oleh karena itu, strategi sangat berperan dalam keberhasilan suatu organisasi atau institusi. Di Indonesia terdapat banyak lembaga atau kelompok masyarakat yang memiliki konsentrasi pada bidang-bidang tertentu. Salah satunya pada bidang zakat atau penyaluran amal dari masyarakat. Lembaga ini biasanya fokus pada kehidupan masyarakat kurang mampu melalui pemanfaatan dana hasil penghimpunan dari masyarakat. Bentuk penyaluran bermacam-macam mulai dari uang, beasiswa, pangan, maupun bentuk lainnya. Salah satu lembaga yang ada di Kota Surakarta yang bergerak pada bidang tersebut di atas yang adalah Lembaga Amal Zakat, Infak, dan Sedekah (Laziz) Al Ihsan. Lembaga ini mulai beroperasi pada 12 Oktober 2000. Selain dalam bidang sosial, Laziz Al Ihsan bergerak pada bidang pendidikan, dakwah, serta keagamaan Islam. Laziz Al Ihsan melakukan beberapa program yang bertujuan menarik para muzakki untuk mendermakan harta mereka, salah satunya melalui program sedekah subuh. Bagaimana strategi humas Lazis Al Ihsan dalam menarik muzzaki melalui program sedekah subuh menjadi fokus dalam penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran. Suatu proses yang mentransmisikan pesan kepada penerima pesan melalui berbagai media yang dilakukan oleh komunikator adalah suatu tindakan komunikasi. Dalam definisi komunikasi yang disampaikan Trenholm dan Jensen bahwa komunikator mengirim pesan kepada komunikan melalui media sebagai bentuk komunikasi. Suatu tindakan yang melibatkan antara sumber dan penerima dalam memberikan serta menerima informasi dapat melalui media atau langsung guna untuk mempengaruhi persepsi seseorang disebut komunikasi.

a. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana cara komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan dengan tujuan menciptakan komunikasi yang efektif agar pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh penerimanya. Proses komunikasi terjadi ketika seseorang berinteraksi dalam sebuah aktivitas komunikasi untuk menyampaikan informasi atau pesan agar terwujudnya motif komunikasi (Komala, 2009). Definisi diatas menjelaskan bahwa proses komunikasi merupakan proses menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Selanjutnya menurut Lasswell (1960) cara terbaik untuk mengetahui proses komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan : *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (Siapa, Mengatakan Apa, Melalui Saluran Apa, Kepada Siapa, Dengan Efek Apa).

2. Strategi Humas

Terdapat empat langkah dan proses yang dilakukan humas untuk mencapai tujuannya menurut Cutlip, Center & Broom (1982). Adapun empat langkah tersebut, yaitu :

a. Fact Finding and Feedback (Riset Penemuan Fakta)

Pada tahap ini dilakukan untuk mencari fakta di lapangan atau hal-hal yang berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi masyarakat dengan kebijakan organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Setelah menemukan fakta di lapangan, data, fakta dan informasi tersebut dievaluasi sehingga dapat dijadikan pedoman untuk pengambilan keputusan selanjutnya. Dalam hal ini yang paling dibutuhkan adalah kepekaan humas dalam menyimak dan menemukan fakta yang berkaitan dengan kepentingan perusahaan atau organisasi. Tahapan ini disebut juga tahapan analisis situasi.

b. Planning and Programming

Tahapan perencanaan dan penyusunan program kerja adalah upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan umum.

c. Action and Communicating

Proses ini tidak dilanjutkan setelah perencanaan. Humas harus mampu mengambil tindakan berdasarkan rencana yang dibuat dengan baik. Tindakan diambil sesuai fakta sehingga dapat menyampaikan pesan efektif yang dapat mempengaruhi opini publik.

d. Evaluation

Evaluasi adalah tahapan mengevaluasi hasil dari penelitian awal hingga perencanaan program, serta keefektifan proses manajemen dan bentuk komunikasi yang digunakan. Tahapan ini dikatakan sebagai tahapan menafsirkan hasil pekerjaan.

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal kelembagaan yang paling dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki dampak yang besar pada desain strategi yang berhasil (Robinson, 1997). Menurut Siagian (2000), analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis yang paling ampuh bila digunakan dengan benar, maka secara luas diketahui bahwa SWOT merupakan singkatan dari kata-kata *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif karena penelitian ini menjelaskan strategi Humas Lazis Al Ihsan Dalam Menarik Muzzaki Melalui Program Sedekah Subuh.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Lazis Al Ihsan Surakarta, yang terletak di Jl. Basuki Rahmad No. 78 Jajar, Laweyan, Surakarta, Jawa Tengah.

3. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari narasumber asli atau pertama yang diperoleh secara langsung di lapangan. Penelitian ini menggunakan data primer wawancara langsung dari narasumber yang berkaitan dengan penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh seseorang yang melakukan penelitian. Data-data sekunder dalam penelitian ini meliputi dokumen, situs web, foto dan lainnya yang terkait dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Dokumentasi

5. Teknik Triangulasi Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber data merupakan menggali kebenaran informasi melalui berbagai metode dan sumber pengumpulan data. Pada penelitian ini triangulasi sumber data digunakan untuk membandingkan hasil wawancara dan dokumen terkait dengan penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Tujuan adanya analisis data yaitu untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dicerna. Setelah data terkumpul lalu langkah selanjutnya adalah analisa data dan laporan yang sudah disusun secara sistematis

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Program Sedekah Subuh

Sedekah Subuh adalah salah satu program yang ada di Lazis Al Ihsan, program ini fokus terhadap pengelolaan sedekah yang dikumpulkan melalui donatur pada setiap bulannya. Para donatur sedekah subuh yang sudah terdaftar mendapatkan sebuah *celengan* (tempat/alat/wadah untuk menabung) untuk mengumpulkan sedekahnya di rumah pada setiap waktu subuh. Kemudian, setiap sebulan sekali Lazis Al Ihsan mendatangi rumah para donatur sedekah subuh dan mengambil donasi yang sudah terkumpul. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, tidak sedikit dari para pendonasi atau donatur yang langsung menyerahkan sedekahnya melalui transfer ke rekening Lazis Al Ihsan, sehingga petugas tidak perlu lagi mendatangi rumah donatur untuk mengambil dana yang terkumpul.

2. Strategi Humas

Strategi yang digunakan Lazis Al Ihsan Surakarta dalam Menarik Muzzaki Melalui Program Sedekah Subuh yaitu menggunakan beberapa langkah yang kami analisis menggunakan teori strategi Humas menurut Cutlip, Center and Broom (1982). Lazis Al Ihsan dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat sudah mendasar pada fakta lapangan yakni berdasar pada hasil survey yang dilakukan. Lazis Al Ihsan cukup efektif dalam melakukan sosialisasinya karena menggunakan berbagai media sosial dan cetak. Selain itu Lazis Al Ihsan juga melakukan sosialisasi melalui pesan Whatsapp dan membagikan brosur kepada para calon donatur saat melakukan kajian yang sekaligus sebagai ajang sosialisasi.

Dengan sosialisasi yang dilakukan donatur Lazis Al Ihsan sudah mulai bertambah berkat adanya program sedekah subuh.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Analisis strategi yang digunakan Humas Lazis Al Ihsan Dalam Menarik Muzzaki Melalui Program Sedekah Subuh yaitu menggunakan teori empat langkah public relation menurut Cutlip Center & Broom (1982). Dari penelitian ini diketahui strategi yang dilakukan oleh Lazis Al Ihsan terbagi menjadi dua yaitu :
 - a. Sosialisasi
Sosialisasi diawali dengan survey sebelum melakukan kajian agar mengetahui siapa saja yang menjadi target untuk menarik muzzaki agar berzakat melalui program sedekah subuh yang dimiliki oleh Lazis Al Ihsan Surakarta.
 - b. Action
Pada tahap ini strategi yang dilakukan Lazis Al Ihsan adalah dengan :
 - Menyebar Brosur
 - Siaran Radio
 - Mengadakan Pengajian
 - Menyebar Flayer Keutamaan Berzakat
 - Sosialisasi melalui pesan Whatsapp
2. Dari strategi yang dilakukan tersebut terdapat kekurangan dan kelebihan yaitu :
 - a. Kekuatan
 - Muzzaki bisa membayarkan zakat dengan berbagai cara yaitu melalui rekening bank dan website resmi (scan barcode)
 - Pernah melakukan siaran radio ke MH FM guna untuk sosialisasi program sedekah subuh.
 - b. Kelemahan
 - Lazis Al Ihsan belum memaksimalkan penggunaan media sosial untuk sosialisasi atau berbagi informasi kepada masyarakat mengenai program sedekah subuh.
 - c. Peluang
 - Lazis Al Ihsan harus bisa lebih memaksimalkan media sosial untuk memberikan informasi kepada para calon muzzaki mengenai program sedekah subuh.
 - d. Ancaman
 - Program sedekah subuh belum sepenuhnya diketahui atau dipahami oleh masyarakat Surakarta.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, maka diberikan saran sebagai berikut :

1. Penelitian ini menganalisis Strategi Humas Lazis Al Ihsan Dalam menarik Muzzaki Melalui Program Sedekah Subuh dengan menggunakan strategi humas Cutlip Center and Broom (1982). Diharapkan bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan teori-teori terkait dengan strategi humas yang lain dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.
2. Kepada pihak Lazis Al Ihsan Surakarta hendaknya lebih memaksimalkan penggunaan media sosial untuk ajang sosialisasi dan memberi informasi kepada calon muzzaki yang hendak berzakat melalui program sedekah subuh.
3. Lebih giat melakukan survey lapangan sebelum melakukan pengajian, agar tempat yang dipilih bisa tepat sasaran.

Lazis Al Ihsan harus banyak melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar program sedekah subuh dan lembaga Lazis itu sendiri dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Marrus, S. K. (2002). *Building The strategic Plan : Find Analyze And Present The Right Information*. USA: Wiley
- Jauch Lawrence R & Glueck William F. (1988). *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: Erlangga

- Lasswell, Harold. 1960. *The Structure and Function of Communication in Society*, Urbana: University of Illinois Press.
- Cutlip, S.M., Center, A.H. & Broom, G.M. 1982. *Effective Public Relations*. Edisi Pertama. New Jersey: Prentice Hall.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya