

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS LAZISNU PRABUMULIH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ZAKAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Oleh :

Dedi Irawan

NIM. 612019003



PRODI KOMUNIKASI PENYIARA ISLAM

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2023

Hal: Pengantar Skripsi

**Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang
Di**

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

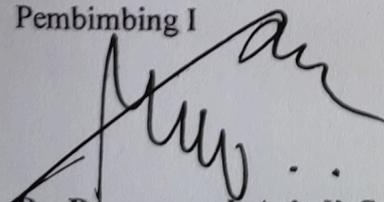
Setelah kami periksa dan diadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul : **"STRATEGI PUBLIC RELATIONS LAZISMU PRABUMULIH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ZAKAT"** Yang di tulis oleh **DEDI IRAWAN** telah dapat diajukan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, 7 Agustus 2023

Pembimbing I

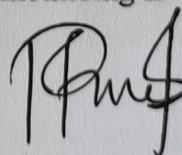


Dr. Purmansyah Ariadi, S. Ag., M. Hum

NBM/NIDN: 731454/0215126904



Pembimbing II



Dr. Rulitawati, S. Ag., M.Pd.I

NBM/NIDN: 895938/0206057201

PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS LAZISMU PRABUMULIH DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH ZAKAT**

Yang ditulis oleh: Dedi Irawan, 612019003

Telah dimunaqasahkan dan Dipertahankan

Didepan panitia Penguji skripsi

Pada tanggal 22 Agustus 2023

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat

Memperoleh :

Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Palembang, 22 Agustus 2023

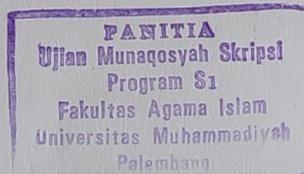
Universitas Muhammadiyah Palembang

Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji

Ketua

Dr. Rulitawati, S. Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 895938/0206057201



Sekretaris

Helyadi, S.H., M.H
NBM/NIDN: 995861/0218036801

Penguji I

Dr. Muhammad Zainudin Nawi, LC., M.A
NBM/NIDN: 1286240/0201048902

Penguji II

Helyadi, S.H., M.H
NBM/NIDN: 995861/0218036801

Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmasyah Ariadi, S.Ag., M.Hum

NBM/NIDN: 731454/0215126904

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dedi Irawan
Tempat/Tanggal Lahir : Prabumulih, 5 Agustus 2000
Nim : 642019010
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, skripsi yang berjudul **“STRATEGI PUBLIC RELATIONS LAZISMU PRABUMULIH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ZAKAT”**. adalah benar karya penulis sendiri dan bukan merupakan jiplakan, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika terbukti tidak benar, maka sepenuhnya bersedia menerima sanksi yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikianlah surat pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya.

Palembang, 7 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Dedi Irawan
NIM. 612019003

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Orang sukses juga pernah malas, bodoh, dan gagal. Tapi mereka tetap terus bergerak dan mencoba”.

Skripsi ini Ku Persembahkan untuk:

- Allah SWT. karena dengan Rahmat-Nya aku bisa menyelesaikan Skripsi ini
- Kedua orang tua saya yaitu Ayahku Zaidan dan Ibundaku Sapda yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan anaknya.
- Adikku Novia Anggraeni, yang selalu menghiburserta memberikan dukungan, semangat dalam kondisi apapun.
- Bapak dan Ibu dosen pembimbing yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
- Sahabat Seiman dan Bestaik yang telah menjadi tempat bercerita keluh kesah kehidupan ini.
- Teman-teman Posko 206 yang sudah menjadi keluarga baruku
- Almamaterku dan kampus tercinta Universitas Muhammadiyah Palembang
- Untuk diri saya sendiri yang mampu menghadapi berbagai rintangan dan cobaan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah dan karunianya sehingga Penulis dapat Menyelesaikan Skripsi yang Berjudul **“STRATEGI PUBLIC RELATIONS LAZISMU PRABUMULIH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ZAKAT”**. Shalawat dan salam semoga selalu dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabatnya, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dalam Penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari Fakultas, Keluarga serta Sahabat-sahabat seperjuangan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum., Dekan Fakultas Agama Islam.
- Achmad Tasmi, S. Sos. I., M. Pd. I Ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.

- Idmar Wijaya, S. Ag., M. Hum Dosen Pembimbing Akademik.
- Dr. Purmansyah Ariadi, S. Ag., M. Hum. selaku pembimbing I dan Dr. Rulitawati. S. Ag., M. Pd.I selaku Pembimbing II, yang telah membantu dan membimbing serta meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Wakil Dekan I, II, III, dan IV serta ketua Prodi, semua Dosen dan Staf Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang tanpa terkecuali yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.
- Kedua orang tua saya yaitu Ayahku Zaidan dan Ibundaku Sapda yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan anaknya.
- Adikku Novia Anggraeni, yang selalu menghibur serta memberikan dukungan, semangat dalam kondisi apapun.
- Seluruh keluarga besar yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- Ketua Lazismu Kota Prabumulih beserta pegawai yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
- Teman-teman seperjuangan Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2019, teman-teman magang, PKL, dan KKN yang telah memberikan motivasi dan semangat dalam perkuliahan ini.
- Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Terima Kasih kepada teman-teman dan sahabatku yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang telah menghibur dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dengan iringan doa, motivasi serta dukungan semoga semua pihak yang terlibat, dalam menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik isi maupun susunan bahasanya. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangunkan semangat penulis agar dapat lebih baik lagi.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi diri pribadi dan pembaca, Aamiin yaa Rabbal'alam.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palembang, 7 Agustus 2023

Penulis

Dedi Irawan
NIM. 612019003

ABSTRAK

Dedi Irawan, NIM 612019003, Skripsi yang berjudul “Strategi Public Relations Lazismu Prabumulih Dalam Meningkatkan Jumlah Zakat”. Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam. Program Sarjana (S1). Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP). Pembimbing I Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum dan Pembimbing II Ibu Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Pd.I.

Indonesia mempunyai banyak lembaga amil zakat, baik dari lembaga amil zakat milik nasional/pemerintah ataupun lembaga zakat milik swasta. Karena banyaknya lembaga amil zakat inilah yang menjadi sesuatu yang kompetitif bagi para pengelolanya. Hal tersebut dilakukan untuk mengambil hati para donatur agar melaksanakan kewajiban dalam mendonasikan atau menitipkan dana ZISWAF mereka di lembaga amil zakat yang bersangkutan. Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, keberadaan PR pada suatu lembaga sangat dibutuhkan. Karena PR merupakan jembatan hubungan atau komunikasi antara masyarakat dengan perusahaan/lembaga, baik dalam hubungan/komunikasi internal atau eksternal. Adapun tujuan penelitian ini: (1) Untuk mengetahui strategi public relations LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat. (2) Untuk mengetahui apa upaya yang dilakukan Lazismu Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat. (3) Untuk mengetahui problematika yang dihadapi oleh LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian pertama, strategi public relation Lazismu untuk meningkatkan jumlah zakat yaitu dengan menggunakan media iklan sebagai media penyampaian informasi yang ada di Lazismu Prabumulih. Kedua, upaya Lazismu Prabumulih untuk meningkatkan jumlah zakat yaitu dengan menekan kepada Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) dan warga Muhammadiyah yang ada di Kota Prabumulih untuk menyalurkan zakat melalui Lazismu Prabumulih. Ketiga, Problematika yang dihadapi lazismu prabumulih untuk meningkatkan jumlah zakat ada dua faktor yaitu faktor internal, berupa kekurangan volunteer atau sukarelawan yang membuat kurang optimalnya Lazismu dalam kegiatan penggalangan maupun penyaluran dana zakat dan infaq. Faktor eksternal berupa trust issue, hal ini menyebabkan kurangnya kepercayaan muzakki terhadap Lazismu

Kata Kunci: Strategi, Public Relations, Zakat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
Daftar Tabel	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Fokus Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN YANG RELEVAN.....	10
A. Strategi	10
1. Pengertian Strategi	10
2. Fungsi Strategi	10
B. Public Relations	11

1. Pengertian Public Relations	11
2. Fungsi dan Peranan Public Relations.....	14
3. Strategi Public Relations.....	18
C. Zakat	19
1. Pengertian Zakat	19
2. Perbedaan Zakat dengan Pajak	21
3. Jenis-jenis Zakat	25
4. Syarat Wajib Zakat	28
5. Dasar Hukum Zakat	29
D. Penelitian Yang Relevan.....	32
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN.....	36
A. Pendekatan Penelitian	36
B. Situasi Sosial dan Subjek Penelitian	37
C. Jenis dan Sumber Data.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Teknik Analisi Data	41
F. Uji Kepercayaan Data	42
G. Rencana Dan Waktu Penelitian	43
BAB IV	44
DESKRIPSI LOKASI, TEMUAN PENELITIAN DAN ANALISIS	
HASIL PENELITIAN.....	44
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	44
1. Sejarah Singkat Berdirinya Lazismu Prabumulih.....	44
2. Visi dan Misi Lazismu Prabumulih	45

3. Fungsi dan Tugas Lazismu Prabumulih.....	46
4. Struktur Organisasi Lazismu Prabumulih.....	47
5. Program-program Lazismu Prabumulih	51
B. Temuan Penelitian Dan Pembahasan.....	55
1. Strategi public relations LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat	55
2. Upaya yang dilakukan LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat	60
3. Problematika yang dihadapi oleh LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat	64
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	: Daftar Wawancara
LAMPIRAN II	: Data Observasi
LAMPIRAN III	: Data Dokumentasi
LAMPIRAN IV	: SK Pembimbing I dan II
LAMPIRAN V	: Surat Izin Penelitian
LAMPIRAN VI	: Surat Balasan Izin Penelitian
LAMPIRAN VII	: Bukti Konsultasi Pembimbing I dan II
LAMPIRAN VIII	: Bukti Konsultasi Skripsi Penguji I dan II
LAMPIRAN IX	: Dokumentasi
LAMPIRAN X	: Daftar Riwayat Hidup

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Kegiatan Penyaluran Zakat	59
Tabel 4.2 Data Jumlah Muzakki dan Mustahik	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam agama Islam, zakat merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh seluruh umat Muslim. Indonesia mempunyai banyak lembaga amil zakat, baik dari lembaga amil zakat milik nasional/pemerintah ataupun lembaga zakat milik swasta. Lembaga amil zakat merupakan organisasi yang masuk dalam kategori LSM atau Lembaga Swadaya Masyarakat. LSM ini merupakan organisasi yang memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan meringankan penderitaan, mengentaskan kemiskinan, memelihara lingkungan hidup, menyediakan layanan sosial, atau melakukan kegiatan pengembangan masyarakat.

Potensi zakat di Indonesia pada 2020 tercatat sebesar Rp233,84 triliun dengan porsi terbesar pada zakat penghasilan, yaitu senilai Rp139,07 triliun. Dalam realisasinya, total jumlah penghimpunan nasional pada 2019 masih berada di angka Rp10.166,12 triliun (Baznas: 2019). Sementara, potensi senilai Rp233,84 triliun tersebut meliputi zakat perusahaan sebesar Rp6,71 triliun, zakat penghasilan sebesar Rp139,07 triliun, zakat pertanian sebesar Rp19,79 triliun, zakat peternakan sebesar Rp9,51 triliun, dan zakat uang Rp58,76 triliun. Persentase sumber zakat paling besar masih didominasi oleh zakat penghasilan. Berdasarkan laporan realisasi penghimpunan zakat oleh Lazismu Nasional yang terdata pada 2019 hingga

pertengahan tahun 2020, sebesar Rp239,003 miliar. Dapat dikatakan realisasi penghimpunan belum optimal. Dari total potensi zakat nasional 2020 sebesar Rp233,84 triliun itu, baru Rp8 triliun atau 3,5 persen yang terkumpul. Hal ini menandakan bahwa terjadi kesenjangan antara potensi zakat dan pendapatan riilnya.¹

Masalah yang dihadapi oleh masyarakat Muslim di Indonesia tidaklah sedikit, salah satunya ialah masalah ekonomi seperti tingkat pendapatan atau penghasilan yang rendah, tingkat kemampuan bersaing yang rendah dalam pengelolaan sumber-sumber ekonomi nasional, tingkat pengangguran yang tinggi, keterbatasan kemampuan dalam mengakses sumber-sumber informasi dan teknologi industri, tidak meratanya kemakmuran dan kesejahteraan hidup yang tinggi, dan lain sebagainya.

Maka dari itu, dengan melalui lembaga amil zakat, nantinya dana yang terkumpul akan disalurkan kepada orang yang membutuhkan, atau digunakan untuk membangun fasilitas-fasilitas umum seperti sekolah, rumah sakit, tempat ibadah, dan lain sebagainya untuk dhuafa yang membutuhkan melalui program-program pemberdayaan masyarakat, sehingga mampu menciptakan kesejahteraan umat. Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Maka dari itu, hukum zakat adalah wajib atas setiap umat Muslim yang telah memenuhi syarat-syarat tertentu yang sesuai

¹Eka Rezky Afriani Marsya Handa, Andi Wihdayanti, Muh.Nasri Katman, "Pemanfaatan Dana Zakat Perusahaan Berdasarkan Konsep Akuntansi Syariah", *Pendidikan dan Studi Islam*, Vol. 3 No. 2 (2022).

dengan syariat Islam. Hal ini telah diterangkan di dalam Al-Quran, pada Surat At-Taubah 103 berikut ini:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ
وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ١٠٣

Artinya : “Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu maka kamu telah membersihkan dan mensucikan mereka dan panjatkan doa untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menjadi) ketenangan jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”²

Selain itu, perintah untuk berzakat juga dijelaskan dalam Hadist berikut:

وَقَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: {حَصِّنُوا أَمْوَالَكُمْ بِالزَّكَاةِ وَدَاوُوا مَرْضَاكُمْ
بِالصَّدَقَةِ وَأَعِدُّوا لِلْبَلَاءِ الدُّعَاءَ}.

Nabi SAW. bersabda, “Jagalah harta-harta kalian dengan zakat, obatilah orang-orang sakit di antara kalian dengan shadaqah, dan bersiap-siaplah terhadap musibah dengan doa.” Hadis ini diriwayatkan oleh imam Ath-Thabarani, imam Abu Nuaim, dan imam Al-Khathib dari sahabat Ibnu Mas’ud r.a.³

Salah satu lembaga amil zakat yang ada di Indonesia ialah Lembaga zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU). LAZISMU adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya.

Didirikan oleh PP. Muhammadiyah pada tahun 2002, selanjutnya dikukuhkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga

²Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan* (Q.S. At-Taubah:103)

³BDK Kementerian Agama RI, “Mutiara Hikmah: 15 September 2020”, <https://bdkbandung.kemenag.go.id/berita/mutiara-hikmah-15-september-2020> (diakses pada 5 April 2023)

Amil Zakat Nasional melalui SK No. 457/21 November 2002. Dengan telah berlakunya Undang-undang Zakat nomor 23 tahun 2011, Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014, dan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 333 tahun 2015. LAZISMU sebagai lembaga amil zakat nasional telah dikukuhkan kembali melalui SK Menteri Agama Republik Indonesia nomor 730 tahun 2016.⁴

Di Indonesia terdapat banyak lembaga amil zakat yang beroperasi dan memiliki program unggulan yang berbeda-beda. Karena banyaknya lembaga amil zakat inilah yang menjadi sesuatu yang kompetitif bagi para pengelolanya. Lembaga amil zakat harus terus bersaing secara positif dengan mempertahankan citra positif atau menyadarkan masyarakat bahwa lembaga ini mampu mengelola dana ZISWAF dengan baik. Hal tersebut dilakukan untuk mengambil hati para donatur agar melaksanakan kewajiban dalam mendonasikan atau menitipkan dana ZISWAF mereka di lembaga amil zakat yang bersangkutan.

Dalam mengambil hati para donatur atau muzakki, LAZISMU haruslah dikenal oleh masyarakat. Karena dengan dikenal dan diingat oleh masyarakat, akan ada banyak masyarakat yang bersedia untuk berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban mereka untuk berzakat di LAZISMU. Sehingga masyarakat inilah yang nantinya akan menjadi donatur atau muzakki di LAZISMU.

⁴Profil Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sodaqoh Muhammadiyah. Tersedia di <https://lazismu.org/view/latar-belakang> diakses pada tanggal 6 Juli 2022.

Agar dikenal dan diingat oleh masyarakat, maka suatu perusahaan atau lembaga harus memiliki strategi khusus untuk membangun dan meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan atau lembaga mereka.

Menurut Natang Fatah dalam buku karya Ahmad yang berjudul *Manajemen Strategis* menyatakan bahwa strategi adalah prosedur yang sistematis dalam melaksanakan rencana yang komprehensif dan berjangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat didefinisikan sebagai rencana tindakan yang menguraikan bagaimana mencapai tujuan yang ditetapkan.⁵

Untuk membangun atau meningkatkan kepercayaan masyarakat, keberadaan PR pada suatu lembaga atau perusahaan sangat dibutuhkan. Menurut Frank Jafkins, public relations adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan terencana, baik kegiatan internal ataupun eksternal. Komunikasi tersebut dapat terjalin antara lembaga atau perusahaan dengan publiknya untuk dapat mencapai tujuan-tujuan tertentu.⁶ PR bertugas dalam mendapatkan perhatian dari masyarakat, menarik minat masyarakat terhadap isi pesan yang disampaikan, mempengaruhi masyarakat agar bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Strategi pada aktivitas public relations dapat memberikan warna baru di suatu lembaga dalam meningkatkan mutu produk maupun jasa.

⁵Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nass Media Pustaka, 2020), hal. 1

⁶Silviani, Irene. *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*, (Surabaya: Scopindo Media Pusaka, 2020), hal.27

Karena strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*)⁷. Dari penjelasan tersebut dinyatakan bahwa suatu rencana yang dilakukan secara matang maka dapat membantu aktivitas pada public relations untuk mencapai sasaran atau tujuan lembaga dalam menyukseskan program yang dijalankan. Seperti yang dilakukan oleh LAZISMU dalam aktivitasnya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat sehingga program-program yang dibuat dapat terlaksana dengan baik.

Selain itu, PR merupakan jembatan hubungan atau komunikasi antara masyarakat dengan perusahaan/lembaga, baik dalam hubungan/komunikasi internal atau eksternal. Dengan menjadi jembatan komunikasi inilah PR mampu membentuk atau meningkatkan citra dari suatu perusahaan/lembaga. Permasalahan dalam proses peningkatan kesadaran masyarakat terhadap LAZISMU inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana strategi public relations yang diterapkan oleh LAZISMU agar dapat menarik hati para donatur atau muzakki untuk menunaikan ZISWAF-nya sehingga dapat meningkatkan jumlah zakat.

Peneliti memilih LAZISMU karena memiliki program-program menarik untuk penyaluran dana zakat diantaranya Program pendidikan ,Salah satu program yang ada di LAZISMU yang sangat membantu para siswa/mahasiswa yang terancam putus ditengah jalan dengan adanya kendala Bentuk beasiswa pendidikan di LAZISMU

⁷Ismail Solihin, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 24

Peneliti memilih untuk meneliti seperti apa strategi dalam meningkatkan jumlah zakat karena peneliti ingin mengetahui seperti apa cara yang dilakukan LAZISMU dalam mencapai hasil akhir. Sehingga peneliti dapat menjabarkan hasil akhir dari peningkatan jumlah zakat di LAZISMU Prabumulih.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara khusus mengenai "Strategi Public Relation LAZISMU Prabumulih Dalam Meningkatkan Jumlah Zakat".

B. Rumusan Masalah

Untuk memudahkan pembahasan masalah pokok tersebut, maka akan dijabarkan pada sub-sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi public relations LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat ?
2. Apa upaya yang dilakukan LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat ?
3. Apakah problematika yang dihadapi oleh LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat ?

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas atau terfokus pada pengkajian bagaimana strategi LAZISMU

Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat mal dan problematika apakah yang dihadapi oleh LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat
2. Untuk mengetahui apa upaya yang dilakukan Lasizmu Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat
3. Untuk mengetahui problematika yang dihadapi oleh LAZISMU Prabumulih dalam meningkatkan jumlah zakat

Berdasarkan pada tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Manfaat Akademis

- 1) Menjadikan pengetahuan bagi masyarakat mengenai kelebihan-kelebihan menyalurkan dana ZIS melalui LAZISMU.
- 2) Dapat dijadikan pengetahuan bagi mahasiswa khususnya mahasiswa komunikasi penyiaran Islam terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan di lembaga amil zakat.

2) Manfaat Praktis

- a. Untuk menambah ilmu dan referensi bagi para mahasiswa/i dibidang ilmu komunikasi, konsentrasi public relations, atau

konsentrasi komunikasi penyiaran Islam.

- b. Untuk memberikan masukan bagi pimpinan dan staf di LAZISMU dalam menjalankan strategi yang lebih baik lagi untuk meningkatkan jumlah zakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Qhoirul. (2015). *Fiqh Zakat dan Wakaf*. Cet. 2. Bandar Lampung: Permata.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nass Media Pustaka
- Al-Quran. Surat Al-Baqarah ayat 110. Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan*
- Al-Quran. Surat Asy-Syam ayat 9. Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan*
- Al-Quran. Surat At-Taubah ayat 103. Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan*
- Al-Quran. Surat At-Taubah ayat 29. Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan*
- Assauri, Sofjan. (2016). *Strategic Management*, Jakarta: Rajawali Pers
- BDK Kementerian Agama RI ,*Mutiara Hikmah*: 15 September 2020. diakses pada 5 April 2023. Dari <https://bdkbandung.kemenag.go.id/berita/mutiara-hikmah-15-september-2020>.
- Dewi, Laksmi., & Masitoh. (2013). *Strategi Pembelajaran*. Jakarta: DEPAG RI
- Echols, John M., Shadily, Hassan. (2000). *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Fadilah, Sri. (2016). *Tata Kelola dan Akutansi Zakat*. Bandung: Manggu Offset.
- Handa, Eka Rezky Afriani Marsya., dkk. (2022). *Pemanfaatan Dana Zakat Perusahaan Berdasarkan Konsep Akuntansi Syariah. Pendidikan dan Studi Islam*. 3(2).
- Hartantyo, Henri Bima., & Purnama, Hado. (2021). *Pengelolaan Media Sosial Museum Nasional Jakarta Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom 2021*. 8(5).
- Huda, Nurul.,dkk. (2015). *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset*. Ed. 1. Cet. 1. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Public Relations Writing*. Ed. 2. Cet. 3. Jakarta: Kencana

- Maleong., J, Lext. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ed. Rev. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muin, Rahmawati. (2011). *Manajemen Zakat*. Makassar:Alauddin University Press.
- Nurul, Hasfi., Keith Butterick. (2014). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Ed. 1. Cet. 3. Jakarta: Rajawali Pers
- Prawoto, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Persepektif Rancangan Penelitian*. Jakarta: Ar-Ruzz media.
- Profil Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sadaqoh Muhammadiyah. diakses pada tanggal 6 Juli 2022. Dari <https://lazismu.org/view/latar-belakang>.
- Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Ed. Revisi. Cet. 8. Jakarta: PT Raja Grafindo persada.
- Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Ed. Revisi. Cet. 13. Jakarta: Rajawali Pers
- Silviani. & Irene. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: Scopindo Media Pusaka.
- Soemitra, Andri. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta:Kencana Prenadamedia Grup.
- Solihin, Ismail. (2012). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Erlangga
- Sprida. &Umari, Zuul Fityriani. (2021). *Manajemen Pengelolaan Zakat di Desa Prambatan Kecamatan Abab Kabupaten Pali*”, *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*. 7(1). 117.
- Suggono, Bambang. (2007). *Metodelogi Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Rgd*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suratman, Bambang., & Wulandari, Siti Sri. (2017). *Public Relations Talent of PR*. Cet. 1. Jakarta: Salemba Humanika

- Syahrudin. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Terry, George R. (2013). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- Wamnebo, Varlina., dkk. (2021). , "Pengelolaan Zakat Mal Dan Zakat Fitrah Di Mesjid Annur Desa Waihama", *Jurnal kajian Hukum dan Ekonomi*. 7(2). 164.
- Widiantara, Komang Agus. (2018). *Peran dan Strategi Public dalam Pengembangan Organisasi Nirbala*. 2(2).
- Zulhendra, Zoni. (2017). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Zakat Fitrah Dalam Bentuk Uang*. *Jurnal Normative*. 5(2). 96.