

**STRATEGI KOMUNIKASI RUMAH ZAKAT DALAM MEMPROMOSIKAN
“BIG SMILE INDONESIA” DI KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu Sosial (S.Sos) dalam Bidang Ilmu Dakwah dan Komunikasi
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Konsentrasi Hubungan Masyarakat**

Oleh :

**ULFA SAFIRA
Nim. 12 51 0073**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG
1437 H/ 2016 M**

NOTA PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

**Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Raden Fatah Palembang
di
Palembang**

Assalammua'laikum Wr. Wb

Setelah kami periksa dan diadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Rumah Zakat Dalam Mempromosikan BIG SMILE INDONESIA Di Kota Palembang** yang ditulis oleh saudara **Ulfa Safira, Nim 12 51 0073** telah dapat diajukan dalam sidang munaqosyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikianlah dan terima kasih.

Wassalammua'laikumWr. Wb

Palembang, 30 Agustus 2016

Pembimbing I

Pembimbing II

**Drs. Syahir Badruddin, M. Si
NIP. 19521223 198303 1 003**

**Mohd. Aji Isnaini, MA
NIP. 19700417 200312 1 001**

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Ulfa Safira
NIM : 12 51 0073
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Rumah Zakat Dalam
Mempromosikan “BIG SMILE INDONESIA” Di Kota
Palembang.

Telah Dimunaqosyahkan dalam Sidang Terbuka Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Hari : Kamis, 29 September 2016
Tempat : Ruang Sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana Strata Satu Sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
Konsentrasi Hubungan Masyarakat.

Palembang, 17 Oktober 2016
DEKAN

Dr. Kusnadi, MA
NIP. 19710819 200003 1 002

TIM PENGUJI

KETUA,

SEKRETARIS,

Achmad Syarifuddin, MA
19731110 200003 1 003

Muzaiyanah, M. Pd
NIP. 19760416 200701 2 012

PENGUJI I

PENGUJI II

Dr. Hamidah, M. Ag
NIP. 196610011 199103 2 001

Manalullaili, M. Ed
NIP. 19720415 200312 2 003

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN

Saya yang bertanda bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfa Safira
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 2 Oktober 1994
Nim : 12 51 0073
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Rumah Zakat Dalam
Mempromosikan *Big Smile Indonesia* di Kota
Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 30 September 2016
Yang Membuat Pernyataan

Ulfa Safira
12 51 0073

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil' alamin atas segala nikmat iman, islam, kesempatan serta kekuatan yang telah diberikan ALLAH SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriring salam senantiasa tercurahkan kepada suri tauladan Rasulullah Shallallahu a' alaihi wasalam beserta keluarga dan sahabat beliau yang senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai islam sampai saat ini dapat dinikmati oleh seluruh makhluk hidup di muka bumi. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Komunikasi Islam (S. Kom. I) dari program studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Dengan judul Skripsi "Strategi Komunikasi Rumah Zakat Dalam Mempromosikan Program BIG SMILE INDONESIA Di Kota Palembang"

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, masukan, bimbingan/ pengarahan serta petunjuk dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih terkhusus penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, MA., Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang. Beliau yang telah menjadi motivasi bagi penulis untuk semangat menyelesaikan skripsi.

2. Bapak Dr. Kusnadi, MA. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang yang memberikan kelancaran saat proses skripsi.
3. Bapak Drs. Syahir Badruddin, M. Si. Selaku pembimbing pertama yang selalu bersedia dalam membantu dalam penulisan skripsi ini sekaligus memberikan motivasi, ilmu, dan nasehat yang sangat membangun.
4. Bapak Mohd. Aji Isnaini, MA. Selaku pembimbing kedua yang dengan ikhlasnya menyempatkan waktu memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Dr. Hamidah, M.Ag selaku penguji pertama dan Ibu Manalullaili, M. Ed selaku penguji kedua, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing kembali proses penelitian sampai selesai.
6. Ibu Anita Trisiah, M. Sc selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
7. Ibu Rosita Baiti, M. Pd. I selaku pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi dan doanya.
8. Bapak Harry Yogsunandar, M. I. Kom selaku dosen fakultas dakwah dan komunikasi yang telah memberikan sumbangsi baik dalam pemikiran maupun karya ilmiah.

9. Bapak/ Ibu dosen dan Staf karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
10. Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta perpustakaan Pusat UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan informasi data yang dibutuhkan.
11. Rumah Zakat (RZ) Palembang, *Branch Manager* RZ Gustam Sunardi dan Finance support Officer Windra.
12. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Atas segala kontribusi baik secara moril maupun materil kepada semua pihak penulis mengucapkan terima kasih. Semoga ALLAH SWT akan membalas jasa-jasa yang telah mereka berikan kepada penulis dengan limpahan pahala yang berlipat ganda “aamiin” dan mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca pada umumnya.

Palembang, 17 Agustus 2016

Ulfa Safira

MOTTO DAN PEMSEBAHAN

MOTTO

“Ketika matahari begitu marahnya saat siang begitu menyengat, yakinlah akan ada hujan setelah itu. Walaupun hujan tak jadi datang, teduh itu masih ada” Ulfa Safira

“*Fokuskan niat, sucikan pikiran, jernihkan lisan, singsingkan lengan, dan ubah dunia menuju kebaikan.*”

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, karena rahmat dan kasih sayangNya yang telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia dan kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat beriring salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad Saw. Kupersembahkan skripsi ini untuk :

1. Islam Agamaku
2. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada Ayahanda Mohd. Syafei dan Ibunda R. A Suhartina yang telah memberikan kasih sayang dan seluruh hidupnya untukku.
3. Kupersembahkan cinta dan sayangku. Kepada kakak-kakakku Mohd Nursiwan (Alm), Mohd Nasir, Mohd Iqbal (Alm), Fauziah, A. Md, Choirunnisah, S. Pd, beserta keponakan-keponananku Fetrialis Akbar, Fahriza A. Dafansyah, Ahmad Farhan Al-Ghifary, dan Al Fatih. S yang telah menjadi motivasi, inspirasi dan telah memberikan dukungan serta doanya.
4. Terima kasih kepada Bapak Chairil Anwar, SE dan Ibu Rahmawati, SE (alm), putra pertamanya Muhammad Randicha Hamandia M. I. Kom sebagai keluarga yang turut memberikan semangat bagi penulis.
5. Terima kasihku juga persembahkan kepada para sahabatku Annesa Tri Juni, Sri Wahyuni, Intan Muharni, Ratih Septiani dan lainnya yang tidak dapat kusebutkan satu persatu, yang senantiasa menjadi penyemangat dan menemani setiap hariku.
6. Teruntuk teman-teman angkatanku yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terima kasih. Hari-hari yang indah akan menjadi kenangan.
7. Almamaterku UIN Raden Fatah Palembang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Kerangka Teori.....	11
G. Metodologi Penelitian	13
H. Sistematika Pembahasan	19

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Komunikasi	21
1. Pengertian Komunikasi	21
2. Unsur-unsur Komunikasi	27

B. Konsep Strategi Komunikasi.....	33
1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	33
2. Tujuan Strategi Komunikasi	35
C. Konsep Zakat	35
1. Pengertian Zakat.....	35
2. Rumah Zakat	40
3. Tugas dan Fungsi Rumah Zakat.....	41
4. Kegiatan-Kegiatan Rumah Zakat	42
D. Kerangka Berpikir Penelitian	50

BAB III GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya Rumah Zakat Palembang	51
B. Visi dan Misi Rumah Zakat	61
C. Struktur Organisasi Rumah Zakat.....	62
D. Program Kerja Rumah Zakat Palembang.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	70
B. Pembahasan Hasil Penelitian	118

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	123
B. Saran.....	124

DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN	128

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 Rekapitulasi Hasil Penelitian118
2. Tabel 2 Pedoman WawancaraLAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1 Struktur Kepengurusan RZ Palembang.....	62
2. Gambar 2 Branch Manager RZ Palembang	73
3. Gambar 3 E-Journal RZ	89
4. Gambar 4 Jurnal RZ	91
5. Gambar 5 Website RZ.....	93
6. Gambar 6 RZ Magazine	98
7. Gambar 7 Data Progress Muzaki	107
8. Gambar 8 Laporan Tahunan RZ	109

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan strategi komunikasi Rumah Zakat dalam mempromosikan program BIG SMILE INDONESIA di kota Palembang. Dipilihnya Rumah Zakat (RZ), karena RZ sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang telah mendapatkan kepercayaan oleh pemerintah untuk mengoptimalkan dana zakat, infak dan shodaqoh. Sebagai LAZNAS RZ memberikan pelayanan untuk masyarakat Indonesia, memiliki visi dan misi yang harus dicapai. Komunikator RZ menyadari untuk mencapai visi dan misi lembaga dibutuhkan strategi komunikasi yang efektif, maka dari itu skripsi yang dibuat oleh penulis dengan judul “Strategi Komunikasi Rumah Zakat Dalam Mempromosikan Program Big Smile Indonesia di Kota Palembang” ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Rumah Zakat (RZ). Dalam mengoptimalkan dana zakat, infaq, dan shodaqoh maka jelas bahwa objek penelitiannya adalah zakat, infaq, dan shodaqoh Rumah Zakat (RZ) Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis data kualitatif. Berdasarkan indikator-indikator penilaian yang ada maka hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Rumah Zakat (RZ) secara keseluruhan sudah baik.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Rumah Zakat (RZ)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah sebuah negara dengan jumlah penduduk yang meningkat setiap tahunnya. Menurut Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Surya Chandra Surapaty menjelaskan, laju pertumbuhan manusia Indonesia saat ini mencapai 1,49 persen tiap tahun dari jumlah penduduk Indonesia.¹ Angka kelahiran semakin meningkat tercatat di negara yang sedang berkembang ini. Jumlah tersebut membuat dinamika kehidupan semakin maju.

Angka kelahiran yang meningkat setiap tahunnya membuat lapangan pekerjaan semakin dibutuhkan. Salah satu permasalahan yang terjadi pada negara Indonesia ialah kurangnya lapangan pekerjaan yang mampu menampung jumlah penduduk, yang semakin meningkat. Hal ini membuktikan permasalahan sosial di Indonesia semakin meluas seiring dengan perkembangan laju pertumbuhan angka kelahiran.

Pertumbuhan angka kelahiran yang semakin pesat membuat permasalahan yang kompleks bagi rakyat Indonesia. Permasalahan seperti kurangnya lapangan pekerjaan, kemiskinan, kelaparan sampai putus sekolah akan selalu dihadapi. Salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan menghimpun dana zakat

¹ Indra Akuntono, *Mengkhawatirkan, Angka Kelahiran di RI Tiap Tahun Setara Jumlah Penduduk Singapura*, diakses dari <http://nasional.kompas.com/read/2015/09/29/>. Pada tanggal 13 April 2015.

dan menyalurkan dana zakat tersebut tepat sasaran. Hal ini merupakan instrumen yang tepat dan efektif karena mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam.

Zakat merupakan kewajiban seorang Muslim mengeluarkan sebagian hartanya yang telah mencapai nasab (batas minimal) dalam waktu tertentu dan diberikan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat untuk menyucikan dan membersihkan jiwa serta hartanya sesuai dengan yang diisyaratkan dalam al-Qur'an.²

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS al-Baqarah (2) ayat 110:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ الزَّكَاةَ وَمَا تَقَدَّمُوا لَأَنْفُسِكُمْ مِّنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ
 اللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya : *Dan laksanakan salat dan tunaikanlah zakat. Dan segala kebaikan yang kamu kerjakan untuk dirimu, kamu akan mendapatkannya (pahala) di sisi Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.*

Secara empiris, kesejahteraan sebuah negara karena zakat terjadi pada masa pemerintahan Umar bin Abdul Aziz. Meskipun beliau hanya memerintah selama 22 bulan karena meninggal dunia, negara menjadi sangat makmur, yaitu dengan pemerintahan yang bersih dan jujur dan zakat yang ditangani dengan baik, hingga kala itu negara yang cukup luas hampir sepertiga dunia tidak ada yang berhak

² Nurul Huda dkk, *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset*, (Jakarta: Kencana, 2015) hal. 5

menerima zakat karena semua penduduk Muslim sudah menjadi *muzaki*, itulah pertama kali ada istilah zakat ditransfer ke negeri lain yang patut disantuni.

Zakat dapat menumbuhkan etos kerja. Dengan membayar zakat seseorang akan bekerja dengan baik. Dengan demikian gerakan sadar zakat pada dasarnya adalah gerakan menciptakan etos kerja yang baik, memberi kesejahteraan dan kemakmuran yang merata bagi semua.

Namun dewasa ini, rendahnya jumlah muzaki dalam mengoptimalkan tujuan zakat menjadi pokok permasalahan yang dialami. Hasil penelitian yang dilakukan oleh BAZNAS dan FEM IPB (2011) melaporkan bahwa Indonesia memiliki potensi dana zakat sebesar Rp. 217 triliun/tahun. Namun sayangnya, total penghimpunan zakat, termasuk juga infak dan sedekah pada 2011 baru mencapai angka Rp. 1,729 triliun atau masih kurang dari 1% dari total potensi zakat yang ada.³

Dalam mewujudkan hal tersebut semakin banyaknya organisasi sosial atau organisasi *nonprofit*, yang mana organisasi pada sektor ini bertujuan antara lain untuk memberikan pelayanan (*service*) atas kebutuhan dasar masyarakat dan menyediakan model pendampingan (*advocacy*) bagi masyarakat dengan didasarkan pada sistem kemandirian (*self reliance*).⁴

Oleh karena itu dalam menangani masalah kehidupan seperti kelaparan, kurangnya lapangan kerja, sampai putus sekolah memerlukan keberadaan lembaga

³ Nurul Huda dkk, *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset*, (Jakarta: Kencana, 2015) hal. 28.

⁴ *Ibid*, hal. 170

yang mampu membantu permasalahan tersebut yang dinaungi oleh pemerintah sebagai sentral kepercayaan masyarakat. Visi misi ini tepatlah diperuntukkan kepada lembaga amil zakat yang akan menangani permasalahan tersebut. Salah satu lembaga amil zakat yang dipercaya oleh pemerintah sampai sekarang yaitu Rumah Zakat.

Rumah Zakat yang disingkat RZ sebagai Lembaga Amil Zakat nasional dengan SK LAZ No.42 tahun 2007 telah mendapatkan kepercayaan dari berbagai pihak untuk mengoptimalkan Zakat, Infak, Shodaqoh, dan dana kemanusiaan lainnya. Rumah Zakat terus bertekad memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Indonesia. Dengan mengusung tiga nilai utama yakni *Trusted*, *Progressive* dan *Humanitarian*, saat ini RZ bahu membahu bersama pemerintah, BUMN, perusahaan swasta, serta komunitas nasional bahkan internasional.

Dalam mendukung kegiatannya, Rumah Zakat membuat program dengan tema Gerakan BIG Smile Indonesia yang merupakan Sebuah gerakan pengibaran semangat optimisme bangsa melalui rangkaian gempita aksi senyum pemberdayaan untuk Indonesia yang lebih membahagiakan. Tujuan gerakan ini adalah membangkitkan partisipasi masyarakat untuk dapat memberdayakan potensi diri dan lingkungannya secara mandiri. RZ sebagai mitra dalam berbagi berupaya menjembatani setiap sinergi dilakukan secara menyenangkan sehingga menjadi bagian gaya hidup baru yang lebih bermakna. Gerakan BIG Smile Indonesia

dikibarkan untuk mengajak semua elemen masyarakat agar berkontribusi dalam membangun masa depan yang lebih baik.⁵

Gerakan BIG Smile Indonesia merupakan langkah strategi RZ untuk melancarkan visi dan misi yang telah dibuat. Dahulu Perjalanan dan perjuangan hidup Rasulullah juga memberi gambaran kepada kita, dimana Rasulullah Saw dalam berjuang merancang segala sesuatunya dengan strategi yang matang. Dengan mudah hal tersebut terlihat dalam mekanisme hijrahnya Rasulullah ke Madinah pemilihan waktu yang tepat, pengkondisian masyarakat Mekkah, delegasi-delegasi yang dikirim sebelumnya ke Madinah, pemilihan tempat bersembunyi dan arah keberangkatan, hingga masalah-masalah yang bersifat teknis pun memperlihatkan bahwa Rasul dalam berdakwah betul-betul dengan persiapan dan program-program yang terencana.

Berangkat dari hal diatas, untuk melancarkan kinerja Rumah Zakat diperlukan strategi komunikasi, strategi komunikasi sebagaimana yang diungkapkan oleh seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) dalam bukunya Hafied Cangara bahwa, “Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.”⁶

⁵ Situs Resmi Rumah Zakat www.rumahzakat.org, Pada tanggal 9 Desember 2015.

⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hal. 61

RZ menggunakan komunikasi sebagai bagian terpenting yang tidak dapat dipisahkan. Komunikasi yang akan menjalankan proses penyampaian pesan kepada masyarakat. Komunikasi juga yang memungkinkan mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi-situasi problematik yang dilalui.

Strategi komunikasi dilakukan agar kepercayaan pada lembaga zakat dapat dioptimalkan. Oleh karena itu diperlukan langkah yang transparan/ terpublikasikan kepada masyarakat agar kesenjangan antara potensi zakat dan penghimpunannya dapat ditingkatkan.⁷ Strategi komunikasi akan memuat hal yang krusial dalam RZ yang menyangkut semua elemen komunikasi mulai dari keberadaan komunikator, komunikator akan menyampaikan pesan, pesan yang dikemas dalam bentuk program pemberdayaan masyarakat, yang mana akan disalurkan melalui beragam media yang telah dibuat RZ salah satunya seperti website RZ, dan terakhir sampai pada pengaruhnya bagi masyarakat sehingga tercapailah tujuan komunikasi yang optimal.

Beranjak dari idealitas dan realitas tersebut. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut secara ilmiah dan penulis merumuskan dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI RUMAH ZAKAT DALAM MEMPROMOSIKAN *BIG SMILE INDONESIA* DI KOTA PALEMBANG.”**

⁷ Didin Hafidhuddin, *Tujuan Zakat Dalam Syariat Islam*, diakses dari <http://pusat.baznas.go.id/berita-artikel/>, Pada Tanggal 9 Desember 2015.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi Rumah Zakat dalam mempromosikan “BIG Smile Indonesia” di kota Palembang?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi Rumah Zakat dalam mempromosikan “BIG Smile Indonesia” di kota Palembang?

C. Batasan Masalah

Supaya penulisan tidak *over lapping* yang pada akhirnya akan keluar dari aspek pembahasan maka penulis memberikan batasan masalah. Dalam pembahasan ini penulis meneliti tentang strategi komunikasi Rumah Zakat dalam mempromosikan “BIG Smile Indonesia” di kota Palembang.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi komunikasi Rumah Zakat dalam mempromosikan “BIG Smile Indonesia” di kota Palembang.

- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi Rumah Zakat dalam mempromosikan “BIG Smile Indonesia” di kota Palembang.

2. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap agar penelitian ini berguna sebagai berikut :

1. Secara Praktis

- a. Memberikan masukan pada para pengelola Rumah Zakat mengenai penerapan strategi komunikasi dalam mempromosikan “BIG Smile Indonesia”.
- b. Memberikan kontribusi pada lembaga lain dalam penerapan strategi komunikasi.

2. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi yang digarap untuk organisasi *non profit* dalam mewujudkan visi dan misi.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka (*literatur review*) berisi teori-teori, konsep-konsep dan asumsi-asumsi yang relevan dengan permasalahan.⁸ Tinjauan pustaka sebagai alat yang mengkaji hasil penelitian terdahulu, untuk memastikan apakah ada mahasiswa atau masyarakat umum yang meneliti atau membahas permasalahan ini. Ternyata setelah diadakan penelitian terhadap daftar skripsi atau hasil penelitian terdahulu pada perpustakaan fakultas dakwah dan perpustakaan universitas serta referensi buku-buku yang lain, maka diketahui belum ada hasil penelitian yang membahas tentang strategi komunikasi Rumah Zakat dalam mempromosikan program “BIG Smile Indonesia” di kota Palembang. Tetapi permasalahan yang relevan dengan judul tersebut sudah ada, yakni:

Efektifitas Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Struktural (studi Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang), oleh Edi Saputra (08 51 2011). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa komunikasi organisasi yang efektif antara pegawai struktural di Fakultas Dakwah dan Komunikasi akan berpengaruh terhadap kinerja pegawai struktural dalam melaksanakan tugasnya dan tanggung jawabnya ini bisa dirasakan oleh dosen serta mahasiswa yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang.⁹

⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006) hal. 81.

⁹ Edi Saputra, 2008, Skripsi berjudul “*Efektifitas Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Struktural (studi Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang)*”, program studi komunikasi penyiaran islam, Universitas Raden Fatah Palembang.

Peranan Komunikasi Organisasi Persatuan Mahasiswa Selatan (Permas) Terhadap Masyarakat Dalam Mengatasi Konflik di Patani (Selatan Thailand), oleh Mr. Arafan Samusor (09 51 0701). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa peranan PERMAS dalam mengatasi konflik di Patani (Selatan Thailand) lebih cenderung menggunakan komunikasi dalam penyelesaian masalah dengan cara membuka ruang politik/ ruang bersuara bebas, juga aktivitas Permas mendapat dukungan dari pemerintah memberikan jaminan keselamatan kepada masyarakat Patani yang memilih ideologi berbeda.¹⁰

Strategi komunikasi pondok pesantren Ar-Riyadh dalam pembinaan akhlak pada masyarakat lingkungan 13 ulu Palembang, oleh Amrullah Pandu Setiawan (10 51 0701). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan oleh pondok pesantren Ar-Riyadh meliputi perencanaan yang disesuaikan dengan program kerja yang telah tersusun secara sistematis, pengorganisasian, penggerak dalam aspek dakwah serta evaluasi yang dilakukan secara berkesinambungan setiap satu bulan sekali maupun setahun sekali.¹¹

Dari ketiga hasil penelitian di atas, jelas berbeda pada objek permasalahan yang akan penulis bahas, namun terdapat kesamaan dalam subjek yang mana sama-sama mengarah kepada aspek komunikasi yang dilibatkan.

¹⁰ Mr. Arafan Samusor, 2009, skripsi berjudul “*Peranan Komunikasi Organisasi Persatuan Mahasiswa Selatan (Permas) Terhadap Masyarakat Dalam Mengatasi Konflik di Patani (Selatan Thailand)*”, program studi komunikasi penyiaran islam, Universitas Raden Fatah Palembang.

¹¹ Amrullah Pandu Setiawan, 2010, skripsi berjudul “*Strategi komunikasi pondok pesantren Ar-Riyadh dalam pembinaan akhlak pada masyarakat lingkungan 13 ulu Palembang*”, program studi komunikasi penyiaran islam, Universitas Raden Fatah Palembang.

Kesamaan ketiganya terletak pada aspek komunikasi yang menjadi pokok penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang mempunyai tujuan berbeda di dalam penelitian. Penulis akan meneliti mengenai strategi komunikasi Rumah Zakat dalam mempromosikan “BIG Smile Indonesia” di kota Palembang.

F. Kerangka Teori

Sebagai acuan landasan berfikir dalam penelitian ini, maka untuk itu penulis membuat bahasan yang lebih spesifik untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, yang meliputi :

Strategi komunikasi yang dikemukakan Middleton, sebagaimana yang dikutip oleh Hafied Cangara dalam bukunya *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.¹²

Sedangkan menurut pakar komunikasi indonesia Onong Uchjana Effendy, Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi

¹² *Op.Cit.* hal. 61.

(*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹³

Dari uraian tentang strategi komunikasi tersebut dapat kita ketahui bahwa pada prinsipnya strategi komunikasi adalah ide pokok dengan substansi komunikasi sebagai sarana dalam pelancaran proses komunikasi. Hal ini melibatkan eksistensi unsur-unsur yang ada pada komunikasi. Dengan demikian Rumah Zakat dapat menjalankan program dengan adanya strategi komunikasi.

Strategi komunikasi membutuhkan keberadaan unsur-unsur dalam komunikasi, seperti komunikator, pesan, media, penerima, dan efek. Tanpa adanya unsur-unsur tersebut strategi komunikasi tidak dapat berlangsung. Bahkan perencanaan program tidak dapat direalisasikan, dan akan menghambat tercapainya tujuan komunikasi yang optimal.

Dalam fokus penelitian ini, teori Middleton diartikan sebagai Strategi Komunikasi yang memuat hal krusial dalam RZ yang menyangkut semua elemen komunikasi mulai dari keberadaan komunikator, komunikator akan menyampaikan pesan, pesan yang dikemas dalam bentuk program pemberdayaan masyarakat, yang mana akan disalurkan melalui beragam media yang telah dibuat RZ salah satunya seperti website RZ, dan terakhir sampai pada pengaruhnya bagi masyarakat sehingga tercapailah tujuan komunikasi yang optimal.

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009) hal. 32

G. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara apa dan bagaimana data yang diperlukan dapat dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang *valid* dan *reliable*.¹⁴ Dengan merujuk pada pengertian tersebut, maka diperoleh metodologi penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini dilakukan dengan *field research* (penelitian lapangan) yakni penelitian dengan mengamati langsung ke lokasi penelitian.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu. Sedangkan pengertian deskriptif artinya menggambarkan suatu fenomena atau masalah. Jadi metode deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai apa adanya.¹⁵

Deskriptif Kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama.

¹⁴ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007) hal. 77.

¹⁵ Cholid Narbuko dkk, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, Cet ke-14 2015) hal. 1

Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. *Pertama*, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah jika berhadapan dengan kenyataan. *Kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden. Di samping itu pendekatan ini juga bertujuan untuk memperoleh pemahaman dan penafsiran secara mendalam dan natural tentang makna dari problema yang ada di lapangan sehingga data yang diperoleh bersifat *fenomenologis naturalistik* (data sesuai dengan fakta yang ada di lapangan). Sesuai dengan metode penelitian yang dipilih, penelitian ini tidak berangkat dari suatu hipotesis untuk diuji keberlakuannya atau kecocokannya di lapangan. Tetapi yang dilakukan justru peneliti terlibat langsung ke lapangan dan berusaha mengumpulkan data selengkap mungkin sesuai dengan pokok permasalahan yang akan diteliti.

Dalam penelitian kualitatif, tentu saja tidak harus mencerminkan permasalahan dan variabel yang diteliti, tetapi lebih pada usaha untuk mengungkapkan fenomena dalam situasi dan kondisi secara luas dan mendalam, serta menemukan hipotesis dan teori.¹⁶ Oleh karena itu, peneliti harus terlibat secara langsung ke lapangan, aktif mendengar, mengamati, bertanya, mencatat, berfikir dan menarik kesimpulan dari apa yang diperoleh di lapangan.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 212.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang tidak berbentuk angka, tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian tetapi masih merupakan fakta-fakta verbal, atau masih dalam bentuk keterangan-keterangan saja.¹⁷ Data yang bersifat kualitatif berupa kata-kata yang mengungkapkan dan menguraikan seluruh permasalahan yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

b. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data melalui informan yang terdiri dari manajer cabang RZ Palembang, amil zakat RZ Palembang, relawan RZ Palembang dan pendonasi RZ Palembang. Data sekunder ialah data yang bersifat menunjang dalam penelitian ini yang diperoleh dari literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian seperti pengantar ilmu komunikasi, ilmu komunikasi teori dan praktek, zakat dalam perspektif makro-mikro pendekatan riset, perencanaan dan strategi komunikasi,

¹⁷ Benyamin, Lakitan., *dkk*, *Metodologi Penelitian*, (Inderalaya: Universitas Sriwijaya, 1998) hal. 76

riset komunikasi serta buku-buku lainnya yang sesuai dengan kajian pada penelitian.¹⁸

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada seorang informan atau seorang autoritas (seorang yang ahli yang berwenang dalam suatu masalah).¹⁹

Sebagaimana pula yang dikemukakan oleh Moh. Nazir dalam bukunya Benyamin Lakitan bahwa, “wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil tatap muka antara penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan “*interview guide*” (panduan wawancara).”²⁰

Objek wawancara dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) *Branch Manager* Rumah Zakat Palembang.
- 2) *Amil Zakat* Rumah Zakat Palembang.

¹⁸ Benyamin, Lakitan., *dkk, Metodologi Penelitian*, (Inderalaya: Universitas Sriwijaya, 1998) hal. 79

¹⁹ Gorys Keraf, *KOMPOSISI Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*, (Ende: Nusa Indah, 1989) hal. 161.

²⁰ Benyamin, Lakitan., *dkk, Metodologi Penelitian*, (Inderalaya: Universitas Sriwijaya, 1998) hal. 83

- 3) Relawan Rumah Zakat Palembang.
- 4) Donatur Rumah Zakat Palembang.

b. Observasi

Kegiatan observasi adalah kegiatan yang setiap saat kita lakukan. Dengan perlengkapan panca indra yang kita miliki, kita sering mengamati objek-objek di sekitar kita. Observasi didefinisikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Observasi pada penelitian ini objeknya kepala cabang Rumah Zakat (RZ), para relawan RZ, amil zakat RZ, dan donatur RZ Palembang.

c. Dokumentasi

Untuk melengkapi data yang sudah diperoleh melalui observasi dan wawancara, peneliti juga menggunakan metode dokumentasi untuk mendapatkan data yang objektif mengenai Rumah Zakat, program-program yang ada di dalamnya, serta data-data yang terkait dengan penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode/ tanda, dan mengkategorikannya sehingga

diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab.²¹

Dalam skripsi ini, teknik analisis yang dirujuk sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992),²² sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Yaitu proses penyederhanaan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan tertulis di lapangan yang melalui beberapa tahap : *Pertama*, membuat ringkasan yang berisi pokok-pokok isi dari pembicaraan atau pengamatan tentang strategi komunikasi Rumah Zakat dalam mempromosikan “BIG Smile Indonesia” di kota Palembang. *Kedua*, memberikan kode dari ringkasan yang telah dibuat seperti pengumpulan data yang diperoleh dari hasil pengamatan maka akan diberi kode (P), dari wawancara diberi kode (W), responden diberi kode (RES), Manajer Cabang Rumah Zakat (MRZ), Amil Zakat Rumah Zakat (ARZ), Relawan Rumah Zakat (RRZ) dan donatur Rumah Zakat (DRZ). *Ketiga*, menulis tema yang berkaitan dari data yang telah diperoleh. *Keempat*, mengelompokkan data-data ke dalam bagian isi yang berkaitan. *Kelima*, memilah-milah data atas persamaan atau urutan yang ditetapkan sehingga seluruh data menempati kategori-kategori yang ada.

²¹ Imam Gunawan, *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, cet ke-3 2015) hal. 209

²² *Ibid*, hal. 210

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/ Verifying*)

Pada tahap ini, peneliti mencoba mencari makna dari data yang disimpulkan. Verifikasi dilakukan terus-menerus sepanjang proses penelitian berlangsung sejak awal memasuki lokasi penelitian selama proses pengumpulan data. Kesimpulan yang dihasilkan akan menjawab pertanyaan bagaimana strategi komunikasi rumah zakat dalam mempromosikan “BIG Smile Indonesia” di kota Palembang.

5. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan terdiri dari bab-bab yang akan dibahas lebih cermat dan mendalam:

BAB I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

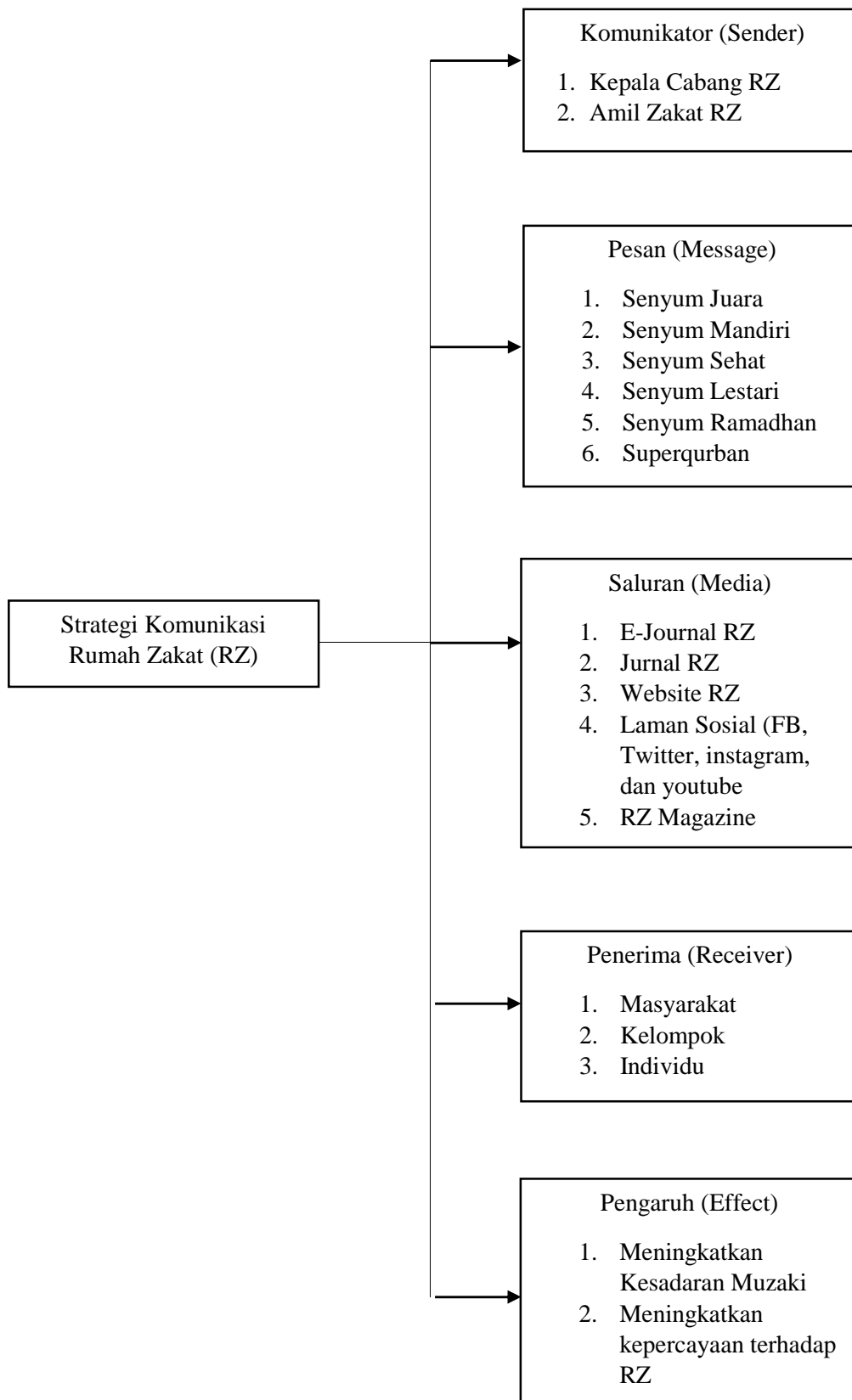
BAB II Landasan Teori yang berisi teori-teori komunikasi, strategi komunikasi dan zakat yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti, definisi konseptual dan kerangka berpikir penelitian.

BAB III Gambaran Umum Wilayah Penelitian tentang sejarah Rumah Zakat, visi dan misi RZ, struktur organisasi RZ dan fokus penelitian pada program kerja RZ.

BAB IV Hasil dan Pembahasan Penelitian yang berisi jawaban dari permasalahan penelitian berupa strategi komunikasi Rumah Zakat serta faktor pendukung dan penghambat proses komunikasi tersebut.

BAB V Penutup yang berisi kesimpulan akhir dari proses penelitian dan saran-saran yang menyatakan masukan ilmiah positif terhadap masalah yang diteliti juga sebagai penyempurnaan penelitian yang dilakukan.

D. Kerangka Berpikir Penelitian



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain niscaya akan terisolasi dari masyarakat. Pengaruh keterisolasian ini akan menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa. Oleh sebab itu, menurut Dr. Everett Kleinjan dari East West Center Hawaii, komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernapas. Sepanjang manusia ingin hidup. Ia perlu berkomunikasi.²²

Kehidupan umat manusia tidak dapat dipisahkan dari komunikasi, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Ia diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antarmanusia, sebab berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam

²² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 1

bermasyarakat, apakah ia seorang dokter, dosen, manajer, pedagang, pramugari, pemuka agama, penyuluh lapangan, pramuniaga, dan lain sebagainya.

Di dalam kehidupan sosial, orang yang terbiasa berkomunikasi belum berarti memahami komunikasi karena komunikasi tidak hanya suatu bakat yang sudah dibawa sejak lahir, namun juga keahlian yang diperoleh dari pengalaman, usaha atau pun pendidikan.

Menurut Porter dan Samovar, memahami komunikasi manusia berarti memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung, itu terjadi akibat-akibat apa yang terjadi, dan akhirnya apa yang dapat kita perbuat untuk mempengaruhi dan memaksimalkan hasil-hasil dari kejadian tersebut.²³

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya, diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak Adam dan Hawa.

Sebagaimana firman Allah dalam surah Ar-Rahman ayat 1-4 yang berbunyi:

الرَّحْمٰنُ ۱ ۡ عَلَّمَ الْقُرْاٰنَ ۲ خَلَقَ الْاِنْسَانَ ۳ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ۴

Artinya : *“Tuhan yang maha pemurah, yang telah mengajarkan al-Qur’an, Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai berbicara.”*

²³ Richard E. Porter dan Larry A. Samovar, *“Approaching Intercultural Communication”* Edisi ke-3, (Belmont California: Wadsworth, 1982), hal. 27

Dari ayat tersebut diketahui bahwa Tuhanlah yang mengajari kita berkomunikasi dengan menggunakan akal dan kemampuan berbahasa yang dianugerahkannya kepada kita.²⁴

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ۝ ٣١ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ۝ ٣٢ قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ الْغَيْبِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ۝ ٣٣

Artinya : *Dan Dia mengajarkan kepada Adam Nama-nama (benda) semuanya kemudian Dia perlihatkan kepada para malaikat seraya berfirman, “Sebutkan kepadaku nama semua (benda) ini, jika kamu yang benar!” Merka menjawab, “Mahasuci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain apa yang Engkau ajarkan kepada kami. Sungguh, Engkaulah Yang Maha Bijaksana.” Dia (Allah) berfirman, “Wahai Adam! Beritahukanlah kepada mereka nama-nama itu!” Setelah dia (Adam) menyebutkan nama-namanya, Dia Berfirman, “Bukankah telah Aku katakan kepadamu bahwa aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan Aku mengetahui apa yang kamu nyatakan dan apa yang kamu sembunyikan?” (QS. Al-Baqarah: 31-33)*

Ayat diatas menginformasikan bahwa sesungguhnya manusia dianugerahi Allah SWT. Dan ayat ini adalah cikal bakal proses komunikasi yang terjadi kepada Adam a.s sebagai manusia pertama, sekaligus menginformasi bahwa komunikasi

²⁴ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hal. 3

itu adalah sebagai proses komunikasi dalam memperoleh pengetahuan dan mengenali benda-benda di sekitar kita.²⁵

Pada masa lalu, komunikasi bukan merupakan sebuah disiplin ilmu yang didasarkan pada model psikologi atau matematika, melainkan merupakan persimpangan akademik yang dilalui oleh banyak orang tetapi diperhatikan oleh sedikit orang saja. Sejak Wilbur Schramm menulis buku *The Science Of Human Communication*, begitu banyak orang yang menikmati persimpangan itu sehingga pengembangan pun berlangsung. Sejak saat itu, departemen komunikasi, penelitian komunikasi, dan jurnal komunikasi mulai dikembangkan.

Pada masa Schramm, konsep komunikasi masih sempit, sehingga komunikasi hanya dipandang sebagai proses penyampaian pesan melalui saluran-saluran tertentu. Namun, sejak tahun 1963, studi komunikasi menjadi studi persuasi, baik dalam konteks media massa maupun situasi interpersonal.²⁶

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama” *communico*, *communication*, atau *communicate* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi yang merupakan akar kata dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran” “kita mendiskusikan makna” dan “kita mengirimkan pesan.”²⁷

²⁵ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 2-4

²⁶ Nina W. Syami, *Model-Model Komunikasi Perspektif Pohon Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), hal. 5

²⁷ *Op.Cit*, hal. 46

Komunikasi berarti bahwa informasi dikirimkan dari satu tempat ketempat lain, berkomunikasi berarti kita sedang berusaha untuk mencapai kesamaan makna, “commonness” atau dengan ungkapan yang lain melalui komunikasi kita mencoba berbagi informasi, gagasan atau sikap kita dengan partisipan lainnya.²⁸ Kata lain yang mirip komunikasi adalah komunitas (community) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna, dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas.

Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagai bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama dan bahasa, dan masing-masing bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan-gagasan sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunitas tersebut. Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar ataupun salah. Seperti juga model dan teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya.

Sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner, maka komunikasi juga memiliki definisi-definisi yang sangat beragam. Masing-masing definisi memiliki arti cakupan dan

²⁸ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 257

konteks yang berbeda satu sama lainnya.²⁹ Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan.³⁰

Komunikasi adalah pernyataan diri yang efektif; pertukaran pesan-pesan yang tertulis, atau pesan-pesan dalam percakapan, bahkan pesan-pesan yang dikirim melalui imajinasi; pertukaran informasi atau hiburan dengan kata-kata melalui percakapan atau dengan metode lain; pengalihan informasi dari seseorang kepada orang lain; pertukaran makna antarpribadi dengan sistem simbol; dan proses pengalihan pesan melalui saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu (Walhstrom dalam Liliweri, 2011)³¹

Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal. Menurut Dale Yopder dkk dalam *handbook of personal management and labor relations*, komunikasi adalah suatu pertukaran informasi, ide-ide, sikap, pikiran dan atau pendapat (*communication is the interchange of information, ideas, attitudes, thought, and or opinions*)³²

²⁹ *Op.Cit.* hal. 5

³⁰ John Fiske. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.2012), hal. 1

³¹ Alo Liliweri, *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara.2014) hal.

³² Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Masa*, (Bandung: PT.Simbiosa.2014), hal. 5

2. Unsur-Unsur Komunikasi

Unsur atau elemen adalah bagian yang digunakan untuk membangun suatu *body* (badan). Kita tidak bisa menyebutkan sebuah rumah yang sempurna jika rumah tidak memiliki lantai, dinding, pintu, atap, dan jendela. Demikian pula sebuah universitas tidak bisa dikatakan universitas jika tidak memiliki unsur-unsur; kampus, mahasiswa, dosen, kurikulum, dan proses belajar-mengajar.

Dalam ilmu pengetahuan unsur atau elemen adalah konsep yang dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan (*body of knowledge*). Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, maka kita bisa mengatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur; pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*) dan akibat/pengaruh (*effect*). Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.³³

Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang menilai bahwa terciptanya proses komunikasi, cukup didukung oleh tiga unsur, sementara ada juga yang menambah umpan balik dan lingkungan selain kelima unsur yang telah disebutkan.

³³ *Op. Cit.*, hlm. 25

Ariestoteles, ahli filsafat Yunani Kuno dalam bukunya Rhetorica menyebut bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengarkan. Para pakar komunikasi mendeskripsikan unsur-unsur komunikasi dengan jumlah yang berbeda-beda. Kesemua unsur-unsur tersebut yakni:

a. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

b. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

c. Media

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindra dianggap sebagai media komunikasi.

Selain indra manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, brosur, stiker, buletin, *hand out*, poster, spanduk, dan sebagainya. Sementara itu, media elektronik antara lain: radio, film, televisi, *video recording*, komputer, *electronic board*, *audio cassette*, dan semacamnya.

Berkat perkembangan teknologi komunikasi khususnya di bidang komunikasi massa elektronik yang begitu cepat, media massa elektronik makin banyak bentuknya, dan makin mengaburkan batas-batas untuk membedakan antara media komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi. Hal ini

disebabkan karena makin canggihnya media komunikasi itu sendiri yang bisa dikombinasikan (*multimedia*) antara satu sama lainnya.

Selain media komunikasi seperti diatas, kegiatan dan tempat-tempat tertentu yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan, bisa juga dipandang sebagai media komunikasi sosial, misalnya rumah-rumah ibadah, balai desa, arisan, panggung kesenian, dan pesta rakyat.

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran.

Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

e. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang (De Fleur, 1982). Oleh karena itu, pengaruh bisa juga artikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

f. Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti itu menjaid tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat

macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh, di mana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya.

Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, dan status sosial.

Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Dimensi psikologis ini disebut dimensi internal (Vora, 1979).

Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena pertimbangan waktu, misalnya musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai.

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung

satu sama lainnya. artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.

B. Konsep Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi

Dalam menangani masalah komunikasi, unsur-unsur yang membentuk komunikasi haruslah tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam hal tersebut, agar komunikasi yang dilakukan kepada komunikan mencapai tujuan yang optimal diperlukan strategi komunikasi.

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “ Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya.”³⁴

³⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hal.

Karl von Clausewitz (1780-1831) seorang pensiunan jenderal prusia dalam bukunya *On War* merumuskan strategi ialah “suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang.” Martin-Anderson kemampuan intelegensi/ pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.”

Rogers (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat definisi dengan menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan yang optimal.”

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Oleh karena itu, strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana.

2. Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Brunett dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

- a. *To Secure Understanding*, untuk memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya.
- b. *To Establish Acceptance*, pesan yang telah diterima harus dibina dengan baik.
- c. *To Motivate Action*, kegiatan dimotivasikan.³⁵

C. Konsep Zakat

1. Pengertian Zakat

Zakat dalam istilah al-Qur'an yang menandakan kewajiban khusus memberikan sebagian kekayaan individu dan harta untuk amal. Secara harfiah zakat berasal dari akar kata dalam bahasa Arab yang berarti “memurnikan” dan “menumbuhkan.”³⁶

Zakat sebagaimana yang diungkapkan oleh Yusuf Qardhawi dalam bukunya Nurul Huda bahwa, Menurut *Lisanul arab*³⁷ arti dasar kata zakat ditinjau dari sudut bahasa adalah suci, tumbuh, berkah, dan terpuji, semuanya

³⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Rosdakarya, cet ke-22, 2009) hal. 32

³⁶ M. A. Mannan, *Islamic Economics: Theory and Practice*, (Cambridge: Hodder and Stroughton, 1986)

³⁷ Nurul Huda dkk, *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset*, (Jakarta: Kencana, 2015) hal. 1

digunakan dalam al-Qur'an dan hadist. Zakat dalam al-Qur'an juga disebutkan dengan kata *shadaqqah*, sehingga Mawardi mengatakan bahwa *shadaqqah* itu adalah zakat dan zakat itu adalah *shadaqqah*, berbeda nama tetapi arti sama.

Ridlo³⁸ mengutip pendapat Ibnu Al-Hummam dalam kitab *Al-Hidayah Syarb Fathul Qadir* menjelaskan bahwa zakat menurut pengertian bahasa berarti tumbuh seperti “zaka azzaru” apabila dia tumbuh berkembang dan berarti suci bersih sebagaimana firman Allah SWT. QS asy-Syams (91) ayat: 9:

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا ۙ

Artinya: *Sesungguhnya beruntunglah orang yang mensucikan jiwa itu*

Arti tumbuh dan suci tidak digunakan untuk harta saja tetapi juga untuk jiwa orang yang menzakatkannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam at-Taubah (9) ayat 103:

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 kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar dan Maha Mengetahui.*

³⁸ Ridlo, M.T, *Zakat Profesi & Perusahaan*, (Jakarta: Institut Manajemen Zakat, 2007)

Makna zakat dalam syariah³⁹ terkandung dua aspek di dalamnya. Pertama, sebab dikeluarkan zakat itu karena adanya proses tumbuh kembang pada harta itu sendiri atau tumbuh kembang pada aspek pahala yang menjadi semakin banyak dan subur disebabkan mengeluarkan zakat. Atau keterkaitan adanya zakat itu semata-mata karena memiliki sifat tumbuh kembang seperti zakat *tijarah* dan *zira'ah*. Kedua, pensucian karena zakat adalah pensucian atas kerakusan, kebakhilannya, dan kotoran-kotoran lainnya, sekaligus pensucian jiwa manusia dari dosa-dosanya. Firman Allah dalam QS al- Baqarah (2): 129:

رَبَّنَا وَأَبْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ١٢٩

Artinya: *Ya Tuhan kami, utuslah untuk mereka seorang Rasul dari kalangan mereka, yang akan membacakan kepada mereka ayat-ayat Engkau, dan mengajarkan kepada mereka Al-kitab (Al-Qur'an) dan Al-Hikmah (As-Sunnah) serta mensucikan mereka. Sesungguhnya Engkaulah yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.*

Zakat menurut istilah fikih⁴⁰ berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak. Nawawi mengutip pendapat Wahidi bahwa jumlah yang dikeluarkan dari kekayaan

³⁹ Wawan Shofwan Shalehuddin, *Risalah Zakat: Infak & Shadaqah*, (Bandung: Tafakur, 2011) hal. 12-13

⁴⁰ Zuhayly, *Zakat: Kajian Berbagai Mazhab*, diterjemahkan Agus Effendy, (Remaja Rosdakarya, 2008) hal. 83

tersebut disebut zakat karena yang dikeluarkan itu menambah banyak, membuat lebih berarti, dan melindungi kekayaan itu dari kebinasaan.

Zuhayly dalam kajian berbagai mazhab menyebutkan definisi zakat menurut mazhab Maliki yaitu mengeluarkan sebagian khusus dari harta yang khusus pula yang telah mencapai nasab (batas kuantitas yang mewajibkan zakat) kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mustahik), kepemilikan itu penuh dan mencapai *haul* (setahun), bukan barang tambang dan bukan pertanian. Adapun menurut mazhab Hanafi, zakat berarti menjadikan sebagian harta yang khusus sebagai milik orang yang khusus, yang ditentukan oleh syariat karena Allah SWT.

Hafidhuddin⁴¹ menjelaskan bahwa hubungan antara pengertian zakat menurut bahasa dan pengertian menurut istilah sangat erat sekali, harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah, tumbuh, berkembang, dan bertambah, suci dan baik. Sebagaimana dinyatakan Allah dalam QS at Taubah (9) ayat 103 yang sudah disebutkan di atas dan QS ar Ruum (30) ayat 39:

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبٍّ لَّيْرُبُوا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ
وَجَهَ اللَّهُ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْتَعِفُونَ ٣٩

Artinya: *Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang*

⁴¹ Hafidhuddin, *Zakat Dalam Perekonomian Modern*, (Gema Insani, 2002) hal. 7

kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).

Menurut UU No. 23 Tahun 2001 tentang Pengelolaan Zakat, bahwa Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang Muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Mathews and Tlemsani dalam Dogarawa menyebutkan zakat merupakan bagian tertentu dari kekayaan yang ditentukan oleh Allah untuk didistribusikan kepada kategori orang yang berhak menerimanya. Ini diwajibkan kepada orang yang memiliki kelebihan harta kepada orang yang kekurangan harta.⁴²

Zakat merupakan salah satu pilar (rukun) dari lima pilar yang membentuk Islam. Zakat adalah ibadah maaliyah ijtima'iyah yang memiliki posisi yang strategis dan menentukan bagi pembangunan kesejahteraan umat. Zakat tidak hanya berfungsi sebagai suatu ibadah yang bersifat vertikal kepada Allah (*hablumminallah*), namun zakat juga berfungsi sebagai wujud ibadah yang bersifat horizontal (*hablumminannas*).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat dipahami bahwa zakat merupakan kewajiban seorang muslim mengeluarkan sebagian hartanya yang telah mencapai nasab (batas minimal) dalam waktu tertentu dan diberikan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat untuk mensucikan dan

⁴² Nurul Huda dkk, *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset*, (Jakarta: Kencana, 2015) hal. 5

membersihkan jiwa dan hartanya sesuai dengan yang diisyaratkan dalam al-Qur'an.

2. Rumah Zakat

Dalam mewujudkan peranan zakat yang tersebut di atas maka Rumah Zakat sebagai Lembaga Amil Zakat nasional dengan SK LAZ No.42 tahun 2007 telah mendapatkan kepercayaan dari berbagai pihak untuk mengoptimalkan Zakat, Infak, Shodaqoh, dan dana kemanusiaan lainnya. Dan dengan semangat untuk lebih dekat dalam melayani masyarakat baik donatur ataupun penerima manfaat, pada tanggal 2 September 2013 Rumah Zakat mengubah diri menjadi RZ.⁴³

Perubahan tersebut bukan hanya terjadi pada logo yang akan diaplikasikan pada berbagai perangkat, tapi juga pada budaya kerja para amil agar dapat bergerak lebih cepat, gesit, tapi menghasilkan karya yang besar dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Rumah Zakat terus bertekad memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Indonesia. Dengan mengusung tiga nilai utama yakni Trusted, Progressive dan Humanitarian, saat ini RZ bahu membahu bersama pemerintah, BUMN, perusahaan swasta, serta komunitas nasional bahkan internasional.

Dalam mendukung kegiatannya, Rumah Zakat membuat program dengan tema Gerakan BIG Smile Indonesia yang merupakan Sebuah gerakan pengibar

⁴³ Situs Resmi Rumah Zakat www.rumahzakat.org, diakses Pada tanggal 9 Desember 2015.

semangat optimisme bangsa melalui rangkaian gempita aksi senyum pemberdayaan untuk Indonesia yang lebih membahagiakan. Tujuan gerakan ini adalah membangkitkan partisipasi masyarakat untuk dapat memberdayakan potensi diri dan lingkungannya secara mandiri. RZ sebagai mitra dalam berbagi berupaya menjembatani setiap sinergi dilakukan secara menyenangkan sehingga menjadi bagian gaya hidup baru yang lebih bermakna. Gerakan BIG Smile Indonesia dikibarkan untuk mengajak semua elemen masyarakat agar berkontribusi dalam membangun masa depan yang lebih baik.

3. Tugas dan Fungsi Rumah Zakat

Rumah Zakat sebagai lembaga filantropi internasional berbasis pemberdayaan yang profesional memiliki tugas yang diemban, sebagai berikut:

1. Berperan aktif dalam membangun jaringan filantropi internasional,
2. Memfasilitasi kemandirian masyarakat, dan
3. Mengoptimalkan seluruh aspek sumber daya melalui keunggulan insani.⁴⁴

4. Kegiatan-Kegiatan Yang Dilakukan Rumah Zakat

⁴⁴ Sumber: RZ Cabang Palembang Rayon Basuki Rahmat.

Kegiatan-kegiatan yang selama ini dilakukan oleh Rumah Zakat (RZ), dikemas dalam bentuk program yang dimuat oleh RZ⁴⁵, sebagai berikut:

1. ***Senyum Juara***, mengiringi generasi penerus bangsa menggapai cita dan mimpinya melalui pendidikan berkualitas di Indonesia. Beasiswa Anak Juara Program pemberian beasiswa disertai kegiatan pembinaan berkala untuk siswa SD, SMP, SMA dan Mahasiswa dari keluarga kurang mampu. Komitmen donasi Beasiswa Ceria untuk setiap anak asuh adalah minimal 1 tahun senilai Rp. 155.000.- untuk siswa SD, Rp. 180.000.- untuk siswa SMP. Rp. 205.000.- untuk siswa SMA dan Rp. 500.000.- untuk Mahasiswa.
2. ***Sekolah Juara***, Program pembangunan sekolah juara gratis untuk anak dari keluarga yang kurang mampu. Program pengadaan dana operasional sekolah untuk memberikan pendidikan gratis dan berkualitas bagi masyarakat yang membutuhkan. Aktivitas sekolah dirancang sesuai dengan standar pemerintah dan pendekatan pembelajaran dengan konsep multiple intelegences sehingga memungkinkan para siswa untuk menggali beragam potensi agar menjadi insan mandiri dengan mental juara, yang menjadi pondasi long life motivation. Rp 255.000 untuk harga retail donasi pembangunan Sekolah Juara, Rp 1.056.120.000 untuk 1 tahun operasional SD Juara, dan Rp 938.140.000 untuk 1 tahun operasional SMP Juara.

⁴⁵ *Ibid*

3. **Beasiswa Sekolah Juara**, Program pemberian beasiswa untuk siswa Sekolah Juara binaan Rumah Zakat. Nilai donasi sebesar Rp. 375.000 untuk satu orang siswa SD Juara per bulan, Rp. 450.000 untuk satu orang siswa SMP Juara per bulan, Rp. 1.000.000 untuk satu orang siswa SMK Juara per bulan.
4. **Gizi Sang Juara**, Program pemberian makanan sehat untuk siswa Sekolah Juara binaan Rumah Zakat. Nilai donasi Rp 34.000 per siswa juara dan Rp 5.100.000 per Sekolah (150 siswa).
5. **Mobil Juara**, Program pengadaan media pembelajaran berupa kendaraan mobil yang didesain untuk mobile dan bisa menghadirkan nuansa pembelajaran yang atraktif, terdiri dari buku, audio visual, serta Komputer. Rp 650.000.000 untuk pengadaan 1 unit armada & operasional layanan selama 1 tahun.
6. **Bantuan Wirausaha**, Program pemberdayaan ekonomi berbasis usaha kecil dan mikro binaan RZ, dalam bentuk pengadaan modal dan/atau infrastruktur serta sarana penunjang aktivitas usaha yang telah dimilikinya. Bantuan sarana usaha dan modal yang diberikan, berdasarkan hasil assessment kebutuhan calon penerima manfaat program bantuan ekonomi. Donasi Rp 6.750.000 untuk 1 kali bantuan modal dan pendampingan per penerima manfaat, Rp 6.750.000 untuk 1 kali bantuan sarana usaha dan pendampingan per penerima manfaat, dan donasi Rp 7.750.000 untuk 1 tahun pendampingan dan pengembangan produk per penerima manfaat.
7. **Klinik Rumah Bersalin Gratis**, Program pengadaan fasilitas kesehatan gratis berupa klinik pratama. Berfungsi untuk memberikan layanan kesehatan tingkat

dasar bagi masyarakat kurang mampu, dengan mengkhususkan pelayanan pada bidang kebidanan.

8. **Bantuan Kesehatan**, Merupakan program penyaluran bantuan langsung, yaitu dana yang disalurkan kepada penerima manfaat dalam bentuk tunai untuk memenuhi kebutuhan biaya kesehatan.
9. **Operasi Katarak Gratis**, Program layanan operasi katarak gratis bagi masyarakat yang membutuhkan dan kurang mampu. Nilai donasi Rp. 2.075.000,- untuk 1 orang penderita katarak.
10. **Siaga Sehat**, Program layanan kesehatan berupa penyuluhan kesehatan, pemeriksaan hingga pengobatan gratis bagi warga kurang mampu. Nilai donasi Rp. 6.200.000,- @100 PM/Aksi di wilayah Jawa dan Sumatera atau Rp. 7.700.000,- @100 PM/Aksi di wilayah Kalimantan, Sulawesi dan Papua.
11. **Ambulance Gratis**, Program pengadaan fasilitas ambulans yang memberikan layanan pengantaran pasien atau jenazah secara gratis bagi masyarakat yang membutuhkan. Nilai donasi Rp. 300.000.000,- untuk pengadaan 1 unit armada dan operasional layanan selama 1 tahun.
12. **Mobil Klinik Keliling**, Program pelayanan kesehatan menggunakan armada khusus yang bergerak melayani masyarakat di daerah binaan secara mobile sesuai dengan prioritas kebutuhan kesehatan di masing-masing daerah, melalui pendekatan secara promotif, preventif dan kuratif. Nilai donasi Rp. 650.000.000,- untuk set up Armada dan perlengkapan pendukung layanan.

13. **Layanan Bersalin Gratis (LBG)**, Program layanan kesehatan bagi ibu hamil meliputi pemeriksaan kehamilan, pemeriksaan USG, dan persalinan. Program ini dapat dilakukan dalam fasilitas klinik yang dikelola RZ, maupun kerjasama dengan bidan praktek yang berada di sekitar wilayah binaan RZ. Nilai donasi Rp. 2.075.000,- untuk 1 orang ibu hamil di wilayah Jawa dan Sumatera atau Rp.3.425.000,- untuk 1 orang ibu hamil di wilayah Kalimantan, Sulawesi dan Papua.
14. **Berbagi Air Kehidupan**, Program layanan pendistribusian air bersih bagi masyarakat di daerah bencana atau wilayah rawan kekeringan. Nilai donasi full Rp 1.500.000 untuk 1 kali pendistribusian. Donasi retail Rp 3.000 untuk 1 kali pendistribusian.
15. **Berbagi Buka Puasa (BBP)**, Paket makanan lengkap untuk berbuka puasa yang didistribusikan di wilayah ICD (Integrated Community Development) dan Non ICD yang terdiri dari member pemberdayaan RZ serta jamaah masjid. Donasi Rp 35.000/unit dengan spesifikasi paket sebagai berikut : Paket nasi, lauk pauk, sayur, makanan pembuka, air minum dan buah.

Keunggulan BBP : Memberi makan orang yang berpuasa sama dengan pahala orang yang berpuasa, tepat sasaran, menu lengkap dan bergizi serta higienis.
16. **Kado Lebaran Yatim (KLY)**, Paket kado diperuntukkan bagi anak-anak yatim di ICD (Integrated Community Development) dan non ICD. Paket Kado

Lebaran Yatim terdiri dari pakaian muslim, susu, kue kaleng, sirup dan tas dengan donasi Rp 310.000.

17. ***Bingkisan Lebaran Keluarga dan Pra sejahtera***, Bingkisan berupa perlengkapan ibadah dan bahan makanan pokok bagi kaum jompo, keluarga prasejahtera di ICD (Integrated Community Development) dan non ICD. Bingkisan ini terdiri dari sarung/mukena, sajadah, minyak goreng, beras, sarden, dan kornet Superqurban dengan donasi Rp 360.000.

18. ***Syiar Quran (SQ)***, Paket pendistribusian Al-Qur'an dan paket Iqro yang menjangkau daerah-daerah pedesaan hingga ke kawasa timur Indonesia. Adapun spesifikasinya adalah paket bantuan pengadaan Al-Qur'an eksklusif ukuran besar lengkap dengan tajwid dengan donasi Rp 170.000.

Keunggulan SQ : Sebagai media penyebaran nilai-nilai Al Quran, menjangkau daerah minus yang rawan intervensi aqidah dan dilengkapi dengan terjemahan yang hurufnya mudah dibaca.

19. ***Superqurban***, adalah salah satu produk inovasi RZ dalam program optimalisasi pelaksanaan ibadah qurban dengan mengolah dan mengemas daging qurban menjadi kornet. Produk Superqurban mampu menjawab permasalahan pendistribusian daging qurban sampai ke daerah-daerah pelosok dan terdepan di nusantara. Kornet yang tahan hingga 3 tahun, dapat didistribusikan sepanjang tahun, dan efektif untuk pembinaan gizi dan aqidah.

Sehingga RZ banyak meraih penghargaan dari program Superqurban sebagai produk inovasi optimalisasi daging hewan qurban.

Superqurban sebagai produk kaya manfaat ini telah dirasakan oleh saudara-saudara kita di wilayah Indonesia Timur, seperti Pulau Tello, Pulau Kayuwadi, Pulau Alor, Pulau Rote, Pulau Sabu, Pulau Sumba, Pulau Komodo, Pulau Buton, Pulau Obi dan Pulau Raja Ampat yang disebarakan melalui program Ekspedisi Bhakti Kesra Nusantara bersama Kementrian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat (Kemenko Kesra) pada Juni 2013 dan 2014 lalu.

Selain itu pada tahun 2012, RZ juga pernah mengirimkan 50 ribu paket kornet Superqurban dalam Ekspedisi Bhakti Kesra Nusantara yang menyambangi pulau-pulau terluar Indonesia, seperti Pulau Maumere, Pulau Lembata, Pulau Buru, Pulau Morotai, Pulau Marampit, Pulau Marore, dan Pulau Balabalakang.

Hanya dengan Rp 2.250.000,-/ekor (Kambing) Rp 16.700.000,-/ekor (Sapi) atau retail @ Rp 2.400.000,- untuk 7 orang, Anda sudah bisa mengikuti program Superqurban ini. Program kami jelas beda. daging qurban tak dibagikan langsung habis sehari tapi kami kornetkan dalam bentuk kaleng @ 200 gram. Disembelih saat hari Qurban, sesuai syari, diolah dengan mesin canggih tetap klinis dan higienis. Distribusi bisa lebih panjang dan simpel serta

menjangkau setiap pelosok nusantara. Tak perlu khawatir hewan sakit atau cacat saat tiba di lokasi.

Metode pengkornetan daging qurban dalam program Superqurban ini mempunyai manfaat yang lebih baik, diantaranya adalah:

1. Sesuai syariah. Hewan dipotong dalam kondisi sehat pada hari raya Idul Adha hingga hari tasyrik.
2. Praktis. Mudah dibawa, mudah dibuka, siap menjangkau berbagai kawasan rawan pangan di Nusantara.
3. Kesehatan Terjamin. Hewan qurban di karantina dalam pengawasan dokter hewan.
4. Kernet tahan lama hingga jangka waktu 3 tahun. Diproduksi oleh perusahaan yang telah berpengalaman dalam pengemasan produk ekspor, dengan standar halal MUI dan pengawasan BPOM.
5. Aksi distribusi dilakukan sepanjang tahun. Tidak habis dalam sekejap sepekan hari raya qurban. Program penyaluran bisa lebih terarah dan terencana.
6. Menjangkau pelosok Indonesia. Menjangkau daerah terpencil, pedesaan dan wilayah jangkauan bencana yang luas. Minim resiko dibanding bila di distribusikan dalam wujud hewan hidup.
7. Memberdayakan Petani Lokal. Seluruh tahapan produksi dilakukan di Indonesia, program ini sangat efektif memberdayakan potensi peternak lokal yang utamanya berbasis di pesantren.

8. **Solusi Efektif Bantu Korban Bencana.** Terbukti sukses untuk membantu korban konflik Ambon, Maluku Utara, bencana tsunami Aceh, gizi buruk di Banten, longsor Banjarnegara, gempa DIY-Jateng, tsunami Pangandaran, gempa di Bengkulu, bencana Gunung Kelud dan yang terakhir adalah aksi siaga bencana pada gempa di Jawa Barat serta Gempa Sumatera.

BAB III

GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya Rumah Zakat Palembang

Rumah Zakat sebagai Lembaga Amil Zakat yang mendapatkan kepercayaan dari berbagai pihak untuk mengoptimalkan Zakat, Infak, Shodaqoh, dan dana kemanusiaan lainnya. Dipelopori oleh seorang dai muda asal Bandung Abu Syauiqi. Beliau yang biasa dipanggil Ustad Abu Syauiqi bersama beberapa rekan di kelompok pengajian Majelis Taklim Ummul Quro sepakat membentuk lembaga sosial yang *concern* pada bantuan kemanusiaan.⁴⁷

Pada tanggal 2 Juli 1998, didirikanlah organisasi bernama Dompot Sosial Ummul Quro (DSUQ) di Bandung. Sekretariat bertempat di Jl. Turangga 33 Bandung sekaligus sebagai tempat kajian. Jamaah pengajian semakin berkembang. Dipergunakanlah Masjid Al Manaar Jl. Puter Bandung sebagai tempat kajian rutin.

Pada tahun 1999, Dukungan masyarakat yang terus meluas mendorong dilakukannya pengelolaan organisasi ini lebih baik. Kantor sekretariat pindah ke Jl. Dederuk 30 Bandung. Mendekat ke forum pengajian di Masjid Al Manaar. Pencapaian donasi selama 1998-1999 terkumpul sebanyak Rp 0,8 Milyar.⁴⁸

Pada tahun 2000, Animo masyarakat pada perlunya organisasi kemanusiaan semakin meningkat. Masyarakat memandang penting misi sosial ini diteruskan bahkan

⁴⁷ Sumber: RZ Cabang Palembang Rayon Basuki Rahmat.

⁴⁸ *Ibid*

untuk kiprah yang lebih luas. Dirintislah program beasiswa pendidikan yatim dan dhuafa, layanan kesehatan, rehabilitasi masyarakat miskin kota, dll. Pemekaran mulai dilakukan dengan membuka kantor cabang Yogyakarta, Mei 2000 di Jl. Veteran 9. Cabang Bandung dipindah ke sekretariat awal di Jl. Turangga 33 Bandung. Donasi selama setahun terkumpul Rp 2,1 Milyar.

Februari 2001, Kantor cabang Jakarta resmi berdiri di Jl. Ekor Kuning Rawamangun, Jaktim. Pengumpulan donasi terbukukan sebesar Rp 2,19 Milyar

Tahun 2002, Identitas lembaga sebagai lembaga amil zakat semakin dikuatkan. Kantor Cabang Jakarta pindah ke Jl. Taruna 43 Pulogadung. Penerimaan donasi meningkat menjadi Rp 4,19 M

Tahun 2003 DSUQ berubah nama menjadi Rumah Zakat Indonesia DSUQ seiring dengan turunnya SK Menteri Agama RI No. 157 pada tanggal 18 Maret 2003 yang mensertifikasi organisasi ini sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional. Bulan Mei, Rumah Zakat Indonesia DSUQ hadir di ibukota Jawa Timur, Surabaya. Perolehan donasi terus meningkat menjadi Rp 6,46 M.

Tahun 2004, Kantor cabang Tangerang berdiri. Ekspansi mulai melebar ke Sumatera dengan didirikannya kantor cabang Pekanbaru, Riau. Dimulainya pembangunan sistem Teknologi Informasi untuk peningkatan mutu pelayanan. Hampir seluruh kantor cabang telah tersambung secara online. Website www.rumahzakat.org dirilis, menggantikan alamat situs sebelumnya di www.rumahzakat.net. Menguatkan

branding lembaga dengan nama Rumah Zakat Indonesia. Kepercayaan masyarakat semakin tumbuh, donasi terkumpul sebanyak Rp 8,92 M.⁴⁹

Tahun 2005, Pertumbuhan cabang meningkat pesat. Tsunami Aceh yang terjadi 26 Desember 2004 membuka akses Rumah Zakat Indonesia lebih berperan di Sumatera. Cabang-cabang baru pun dibuka : cabang Aceh, Medan, Padang, Palembang, Batam berdiri. Di Jawa, berdiri pula kantor cabang Semarang, ditambah jaringan kantor cabang pembantu di Bekasi, Bogor, Depok, Jakarta Selatan, Cirebon, Solo. Cabang Pekanbaru juga berekspansi dengan memiliki kantor cabang pembantu Duri dan Dumai. Sistem informasi lembaga mulai masuk ke jaringan on line. Mulai transaksi online, absensi on line, dan beberapa software keuangan. Penerimaan donasi meningkat tajam khususnya dari bantuan masyarakat untuk program rehabilitasi pasca tsunami Aceh, tercatat Rp 45,26 M donasi terkumpulkan.

Tahun 2006 Regenerasi puncak pimpinan diestafetkan dari Ustadz Abu Syauqi beralih ke Virda Dimas Ekaputra. Babak sejarah baru *Transformation From Traditional Corporate to Professional Corporate* dimulai. Kesadaran berzakat terus didorong dengan merilis kampanye “When Zakat Being Lifestyle” Diluncurkanlah program Gelar Budaya Zakat (GBZ) Menuju Indonesia Sadar Zakat 2008 pertama kali di 6 kota. Donasi berhasil terkumpul sebanyak Rp 29,52 M.

Tahun 2007 Pengembangan program semakin disempurnakan termasuk dengan mengganti istilah Departemen Empowering menjadi Direktorat Program.

⁴⁹ *Ibid*

Implementasi program mulai difokuskan hingga mengerucut pada empat induk yaitu EduCare, HealthCare, YouthCare, dan EcoCare. Pengelolaan program dilakukan dengan konsep terintegrasi dan berkelanjutan berbasis komunitas. ICD merupakan tempat yang difokuskan untuk penyaluran yang terintegrasi yakni pendidikan, kesehatan, pelatihan kepemudaan, dan pemberdayaan ekonomi secara terpadu berbasis komunitas. Dengan Mustahik Relation Officer sebagai SDM pendamping, ICD menjadi pusat penyaluran program sehingga lebih terukur, dan terkontrol. Di tahun ini pula Rumah Zakat Indonesia melebarkan layanan program pendidikan dengan menyelenggarakan Sekolah Dasar Juara yang bersifat gratis. Guru-guru terbaik dipilih untuk mendidik calon pemimpin bangsa di sana.

Program komunikasi dikembangkan lebih massif melalui televisi. Diluncurkanlah TV Commercial perdana berjudul “Saya Percaya Rumah Zakat” menggandeng endorser Helmy Yahya. Acara Gelar Budaya Zakat (GBZ) Menuju Indonesia Sadar Zakat 2008 kembali digelar, kali ini diselenggarakan di 10 kota. Ternyata hasil komunikasi dan focusing program bekorelasi positif terhadap pencapaian donasi, terkumpul Rp 50,16 M. Triple digit growth!

Tahun 2008 Rumah Zakat Indonesia berkeinginan kuat untuk memantapkan program-program pemberdayaan. Dukungan dan kepercayaan masyarakat menguatkan lembaga untuk semakin fokus kepada sebuah rekayasa peradaban besar yang sejak awal telah diimpikan, yakni “transformasi mustahik ke muzakki”. Wujud nyata usaha lembaga adalah dengan meluaskan jaringan pengembangan usaha kecil dan mikro di 18 kota. Tidak hanya itu, Rumah Zakat Indonesia pun menyelenggarakan pelatihan-

pelatihan motivasi dan ketrampilan dalam wadah Youth Development Center. Pelatihan motivasi ini memegang peranan penting karena karakter, pola pikir, dan sikap yang kontra produktif menyumbangkan andil besar dalam kelanggengan sebuah kemiskinan. Dan yang tidak kalah penting adalah pendampingan masyarakat dilakukan oleh 28 Mustahik Relation Officer (MRO) dengan didukung para relawan.

Pembelajaran untuk menjadi organisasi yang amanah dan professional terus dilakukan, salah satunya dengan penguatan program-program Human Capital. Diluncurkanlah program seperti EAZI (Executive Amil Zakat Indonesia), ADP (Amil Development Program), ACTPRO (Acceleration Program) dan sebagainya. Kegiatan peningkatan kapasitas ini terbukti efektif kompetensi memenuhi tuntutan profesi dan masyarakat.

Kepercayaan terus tumbuh, dari pencapaian donasi berhasil terkumpulkan donasi sebesar Rp 71,40 Milyar. Untuk memberikan edukasi lebih luas kepada masyarakat tentang zakat dan filantropi, Roadshow Gelar Budaya Zakat dilakukan, kali ini hadir di 19 Kota.

Tahun 2009 Tahun ini menjadi tahun pertama pasca 10 tahun pertama milestone Rumah Zakat Indonesia. Guna penguatan organisasi dikokohkanlah organisasi baru pemberdayaan, yaitu : Rumah Sehat Indonesia (pengelola program kesehatan), Rumah Juara Indonesia (pengelola program pendidikan), Rumah Mandiri Indonesia (pengelola program kemandirian ekonomi). Peningkatan jumlah unit layanan terus dilakukan. Hingga akhir tahun telah berdiri 8 Sekolah Juara, 7 Rumah Bersalin Gratis.

Tahun 2009 bisa disebut sebagai tahun ekspansi mengingat dalam 1 semester langsung dibuka 14 cabang baru sehingga menambah total jumlah jaringan sebanyak 45 kantor. Pengelolaan yang semakin baik mendapat apresiasi dari masyarakat antara lain award dari Karim Business Consulting yang menempatkan Rumah Zakat Indonesia sebagai #2 LAZNAS Terbaik dalam ISR Award (Islamic Social Responsibility Award 2009). Penghargaan juga datang dari IMZ (Indonesia Magnificence of Zakat) yang menganugerahi Rumah Zakat Indonesia sebagai The Best Organization in Zakat Development.

Pencapaian donasi tumbuh semakin baik, tercatat Rp 107, 3 Milyar berhasil dikumpulkan dan menjadikan Rumah Zakat Indonesia sebagai Organisasi Pengelola Zakat terbesar pengumpulan donasinya se-Indonesia.

Tahun 2010, Krisis global 2009 banyak diprediksikan mulai pulih pada tahun ini, namun tantangan sosial dan ekonomi tak lebih mudah dihadapi. Rumah Zakat Indonesia menyikapi hal ini dengan melakukan rangkaian adaptasi dan perubahan menuju organisasi berskala global. 5 April 2010, resmi diluncurkanlah brand baru RUMAH ZAKAT menggantikan brand sebelumnya RUMAH ZAKAT INDONESIA. Dengan mengusung tiga brand value baru : Trusted, Progressive dan Humanitarian, organisasi ini menajamkan karakter menuju “World Class Socio-Religious Non Governance Organization (NGO)”.

Sharing Confidence diangkat menjadi positioning. “Dengan keyakinan yang kuat untuk berbagi dan menciptakan keluarga global yang lebih baik, Rumah Zakat berdaya upaya untuk menjadi organisasi terdepan di region yang menjamin program

efektif dan berkesinambungan dalam memberdayakan masyarakat untuk mencapai kehidupan yang lebih baik.

Untuk memperkuat perubahan ini diluncurkan pula gerakan Merangkai Senyum Indonesia, sebuah rangkaian kegiatan untuk memperbaiki Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia jauh lebih khususnya dalam bidang pendidikan, kesehatan dan kelayakan hidup.

Tahun 2011, Di tahun 2011 Rumah Zakat dapat memberikan bantuan kepada 835.163 penerima layanan manfaat yang berada dari Aceh hingga Papua. Di tahun ini Rumah Zakat memperoleh amanah sebesar Rp146 miliar dari para donatur dan mitra yang jumlahnya mencapai 99.246 orang.

Dari total penerimaan zakat 2011 porsi perusahaan yang memberikan sebagai bagian dari kegiatan CSR nya mencapai 9%. Rumah Zakat berupaya untuk menyalurkan bantuan kepada masyarakat kurang mampu melalui pendidikan (Senyum Juara), kesehatan (Senyum Sehat), dan ekonomi (Senyum Mandiri) di 121 wilayah binaan atau Integrated Community Development (ICD). Di bidang pendidikan, Rumah Zakat memiliki program Sekolah Juara yang memberikan pendidikan gratis dan berkualitas. Saat ini Rumah Zakat telah mendirikan 12 Sekolah Juara yang tersebar 11 kota. Selain itu Rumah Zakat pun memiliki program beasiswa untuk siswa SD hingga mahasiswa yang hingga tahun 2011 telah membantu 629.626 anak.

Di bidang kesehatan, Rumah Zakat bersama mitra telah mendirikan 7 Rumah Bersalin Sehat Keluarga dan 1 Klinik Sehat. Rumah Zakat pun bekerjasama dengan 38

mitra Layanan Bersalin, dan kini memiliki 58 Armada Kesehatan dan Mobil Jenazah Gratis.

Sementara itu di bidang ekonomi, Rumah Zakat telah memiliki 33 Balai Bina Mandiri yang didirikan di wilayah binaan dan didampingi seorang Member Relationship Officer (MRO) yang memiliki tugas sebagai pendamping, pemberdaya, surveyor pemberdayaan, penggerak lingkungan, dan advokat masyarakat. Di wilayah ICD program pemberdayaan ekonomi seperti Kelompok Usaha Kecil Mandiri, Sarana Usaha Mandiri, Pelatihan Skill Produktif, hingga Budidaya Agro dilaksanakan.

Pada tahun 2012 Rumah Zakat mendapat kepercayaan besar dari para donatur, yang senantiasa ikut serta dalam mendukung program-program pemberdayaan, hal itu ditandai dengan meningkatnya program pemberdayaan dan penyaluran yang mampu menyapa berbagai daerah di dalam negeri bahkan sampai menjangkau ke luar negeri.

Dalam rangka meneruskan program Merangkai Senyum Indonesia, Rumah Zakat ingin mengajak masyarakat Indonesia agar tersenyum lebih lebar lagi dalam rangkaian program BIG SMILE Indonesia. Selain Senyum Sehat, Senyum Juara dan Senyum Mandiri, dalam BIG SMILE Indonesia ini Rumah Zakat juga menambahkan program Senyum Lestari sebagai bentuk kepedulian terhadap keadaan lingkungan hidup. Berkat izin Allah SWT dan semangat kerja keras seluruh jajaran, Rumah Zakat juga berhasil memperoleh ISO 9001:2008 untuk kategori Provision of Distribution of Zakat Services pada September 2012. Keberhasilan ini menjadi pendorong manajemen untuk lebih meningkatkan profesionalisme dalam implementasi penyelenggaraan program-programnya.

Di bidang pendidikan, tahun 2012 Rumah Zakat menambah infrastuktur pendidikan sekolah Juara ditingkat SMP yaitu SMP Juara Pekanbaru. Sehingga akhir 2012 Rumah Zakat telah mendirikan 13 Sekolah Juara yang tersebar 11 kota. Selain itu Rumah Zakat pun memiliki program beasiswa untuk siswa SD hingga mahasiswa yang hingga tahun 2011 telah membantu 629.626 anak.

Di bidang kesehatan, Rumah Zakat bersama mitra telah mendirikan 7 Rumah Bersalin Sehat Keluarga dan 1 Klinik Sehat. Rumah Zakat pun bekerjasama dengan 48 mitra Layanan Bersalin, dan kini memiliki 19 Armada Kesehatan dan 39 Mobil Jenazah Gratis.

Sementara itu di bidang ekonomi, Rumah Zakat telah memiliki 33 Balai Bina Mandiri yang didirikan di wilayah binaan dan didampingi seorang Member Relationship Officer (MRO) yang memiliki tugas sebagai pendamping, pemberdaya, surveyor pemberdayaan, penggerak lingkungan, dan advokat masyarakat. Di wilayah ICD program pemberdayaan ekonomi seperti Kelompok Usaha Kecil Mandiri, Sarana Usaha Mandiri, Pelatihan Skill Produktif, hingga Budidaya Agro dapat dilaksanakan.

Tahun 2013, Pada bulan September 2013 Rumah Zakat mengubah diri menjadi RZ. Perubahan ini bukan hanya terjadi pada logo yang akan diaplikasikan pada berbagai perangkat, tapi juga pada budaya kerja para amil agar dapat bergerak lebih cepat, gesit, tapi menghasilkan karya yang besar dalam upaya pemberdayaan.

RZ sebagai mitra dalam berbagi berupaya menjembatani setiap sinergi dilakukan secara menyenangkan sehingga menjadi bagian gaya hidup baru yang lebih bermakna. Di tahun 2013, program pemberdayaan yang berorientasi pada pendidikan,

kesehatan, ekonomi dan lingkungan telah sukses memberdayakan 5.753.927 penerima layanan manfaat yang tersebar dari Aceh hingga Papua bahkan mencapai mancanegara. Tidak hanya itu, RZ juga turut berpartisipasi membantu warga Rohingya, menjadi peserta dalam Ekspedisi Bhakti Kesejahteraan Rakyat bersama Menko Kesra, membantu para korban letusan Gunung Sinabung, hingga membantu para korban badai Topan haiyan di Filipina pada November 2013.

Pada tahun 2014, Kebun Gizi Mandiri binaan RZ berhasil meraih Indonesia MDG Award (IMA) 2013 untuk kategori nutrisi. Bulan Mei, RZ meluncurkan gerakan Berbagi Senyum Senyum Berbagi (BSSB) di Wisma Proklamasi Jakarta Pusat. Gerakan ini dimaksudkan untuk mengajak masyarakat Indonesia berbagi, diawali dengan hal yang kelihatannya paling mudah yakni berbagi senyum. Senyum memang mudah, namun ditengarai saat ini makin banyak orang yang merasa sulit untuk tersenyum.

Pada tahun 2014 ini juga, Menteri Pertanian Suswono meresmikan SMK Peternakan yang merupakan hasil kerjasama Majelis Taklim Telkomsel dan RZ. Sekolah yang bertujuan untuk memberikan pendidikan agrobisnis kepada para siswa yang berasal dari keluarga kurang mampu secara gratis. Sehingga setelah lulus nanti, mereka siap untuk bekerja khususnya di bidang peternakan.

RZ (Rumah Zakat) meraih penghargaan Top of Mind Zakat Management 2014 dalam Indonesia Middle-Class Brand Forum (IMBF) III yang diselenggarakan Majalah SWA dan Center for Middle-Class Consumer Studies (CMCS). Gerakan komunikasi

BIG Smile Indonesia, yaitu Berbagi itu Gaya, Berbagi itu Gampang, Berbagi itu Gue Banget, diakui telah menyasar kelas menengah di Indonesia.

RZ bersama NGO dari berbagai negara di dunia pada tanggal 30-31 Agustus lalu, turut merumuskan pembangunan kembali Gaza melalui Conference of International Public Foundation to Aid Gaza, di Turki. Bantuan dari para donatur untuk Palestina juga sudah disalurkan hingga ke pengungsi Palestina yang ada di Lebanon oleh para relawan RZ.

RZ menadapat penghargaan Mitra Bakti Kesra Utama 2014 dari Kementerian Bidang Koordinasi Kesejahteraan Rakyat Republik Indonesia. Penghargaan ini diberikan karena RZ telah menjadi satu-satunya NGO dalam kegiatan Ekspedisi Bhakesra yang konsisten berpartisipasi setiap tahunnya. Dalam kesempatan itu, RZ mengirimkan relawan serta bantuan berupa kornet Superqurban serta perlengkapan lainnya untuk disalurkan bagi masyarakat yang tinggal di pulau terluar Indonesia. Dipenghujung tahun, RZ mendirikan posko dan mengirimkan relawan untuk membantu proses evakuasi dan pemulihan pasca longsor yang melanda Banjarnegara.

B. Visi dan Misi Rumah Zakat

VISI

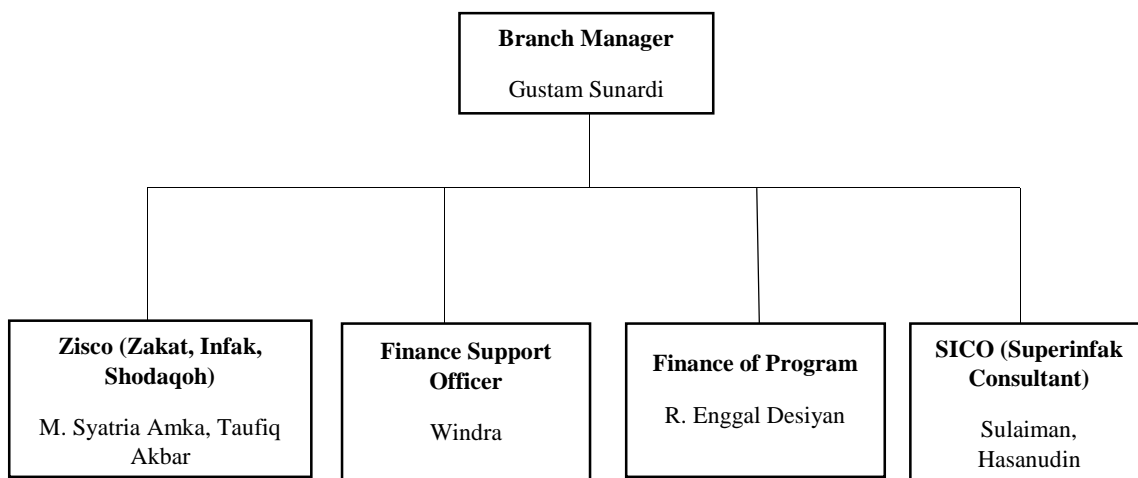
1. Lembaga filantropi berbasis internasional,
2. pemberdayaan yang profesional.⁵⁰

⁵⁰ Sumber: RZ Cabang Palembang Rayon Basuki Rahmat.

MISI

1. Berperan aktif dalam membangun jaringan filantropi internasional,
2. Memfasilitasi kemandirian masyarakat,
3. Mengoptimalkan seluruh aspek sumber daya melalui keunggulan insani.⁵¹

C. Struktur Organisasi Rumah Zakat Cabang Palembang



Gambar 1 Struktur Kepengurusan Rumah Zakat Palembang
Sumber: Dok RZ Cabang Palembang

D. Program Kerja Rumah Zakat Palembang⁵²

Program kerja Rumah Zakat dikemas dalam bentuk program yang merupakan pruduk pelayanan masyarakat, sebagai berikut:

1. *Senyum Juara*, mengiringi generasi penerus bangsa menggapai cita dan mimpinya melalui pendidikan berkualitas di Indonesia. Beasiswa Anak

⁵¹ *Ibid*

⁵² Hasil wawancara dengan Gustam Sunardi selaku *Branch Manager* RZ tanggal 9 Juni 2016

Juara Program pemberian beasiswa disertai kegiatan pembinaan berkala untuk siswa SD, SMP, SMA dan Mahasiswa dari keluarga kurang mampu. Komitmen donasi Beasiswa Ceria untuk setiap anak asuh adalah minimal 1 tahun senilai Rp. 155.000.- untuk siswa SD, Rp. 180.000.- untuk siswa SMP. Rp. 205.000.- untuk siswa SMA dan Rp. 500.000.- untuk Mahasiswa.

2. ***Sekolah Juara***, Program pembangunan sekolah juara gratis untuk anak dari keluarga yang kurang mampu. Program pengadaan dana operasional sekolah untuk memberikan pendidikan gratis dan berkualitas bagi masyarakat yang membutuhkan. Aktivitas sekolah dirancang sesuai dengan standar pemerintah dan pendekatan pembelajaran dengan konsep multiple intelegences sehingga memungkinkan para siswa untuk menggali beragam potensi agar menjadi insan mandiri dengan mental juara, yang menjadi pondasi long life motivation. Rp 255.000 untuk harga retail donasi pembangunan Sekolah Juara, Rp 1.056.120.000 untuk 1 tahun operasional SD Juara, dan Rp 938.140.000 untuk 1 tahun operasional SMP Juara.
3. ***Beasiswa Sekolah Juara***, Program pemberian beasiswa untuk siswa Sekolah Juara binaan Rumah Zakat. Nilai donasi sebesar Rp. 375.000 untuk satu orang siswa SD Juara per bulan, Rp. 450.000 untuk satu orang siswa SMP Juara per bulan, Rp. 1.000.000 untuk satu orang siswa SMK Juara per bulan.
4. ***Gizi Sang Juara***, Program pemberian makanan sehat untuk siswa Sekolah Juara binaan Rumah Zakat. Nilai donasi Rp 34.000 per siswa juara dan Rp 5.100.000 per Sekolah (150 siswa).

5. ***Mobil Juara***, Program pengadaan media pembelajaran berupa kendaraan mobil yang didesain untuk mobile dan bisa menghadirkan nuansa pembelajaran yang atraktif, terdiri dari buku, audio visual, serta Komputer. Rp 650.000.000 untuk pengadaan 1 unit armada & operasional layanan selama 1 tahun.
6. ***Bantuan Wirausaha***, Program pemberdayaan ekonomi berbasis usaha kecil dan mikro binaan RZ, dalam bentuk pengadaan modal dan/atau infrastruktur serta sarana penunjang aktivitas usaha yang telah dimilikinya. Bantuan sarana usaha dan modal yang diberikan, berdasarkan hasil assessment kebutuhan calon penerima manfaat program bantuan ekonomi. Donasi Rp 6.750.000 untuk 1 kali bantuan modal dan pendampingan per penerima manfaat, Rp 6.750.000 untuk 1 kali bantuan sarana usaha dan pendampingan per penerima manfaat, dan donasi Rp 7.750.000 untuk 1 tahun pendampingan dan pengembangan produk per penerima manfaat.
7. ***Klinik Rumah Bersalin Gratis***, Program pengadaan fasilitas kesehatan gratis berupa klinik pratama. Berfungsi untuk memberikan layanan kesehatan tingkat dasar bagi masyarakat kurang mampu, dengan mengkhususkan pelayanan pada bidang kebidanan.
8. ***Bantuan Kesehatan***, Merupakan program penyaluran bantuan langsung, yaitu dana yang disalurkan kepada penerima manfaat dalam bentuk tunai untuk memenuhi kebutuhan biaya kesehatan.

9. ***Operasi Katarak Gratis***, Program layanan operasi katarak gratis bagi masyarakat yang membutuhkan dan kurang mampu. Nilai donasi Rp. 2.075.000,- untuk 1 orang penderita katarak.
10. ***Siaga Sehat***, Program layanan kesehatan berupa penyuluhan kesehatan, pemeriksaan hingga pengobatan gratis bagi warga kurang mampu. Nilai donasi Rp. 6.200.000,- @100 PM/Aksi di wilayah Jawa dan Sumatera atau Rp. 7.700.000,- @100 PM/Aksi di wilayah Kalimantan, Sulawesi dan Papua.
11. ***Ambulance Gratis***, Program pengadaan fasilitas ambulans yang memberikan layanan pengantaran pasien atau jenazah secara gratis bagi masyarakat yang membutuhkan. Nilai donasi Rp. 300.000.000,- untuk pengadaan 1 unit armada dan operasional layanan selama 1 tahun.
12. ***Mobil Klinik Keliling***, Program pelayanan kesehatan menggunakan armada khusus yang bergerak melayani masyarakat di daerah binaan secara mobile sesuai dengan prioritas kebutuhan kesehatan di masing-masing daerah, melalui pendekatan secara promotif, preventif dan kuratif. Nilai donasi Rp. 650.000.000,- untuk set up Armada dan perlengkapan pendukung layanan.
13. ***Layanan Bersalin Gratis (LBG)***, Program layanan kesehatan bagi ibu hamil meliputi pemeriksaan kehamilan, pemeriksaan USG, dan persalinan. Program ini dapat dilakukan dalam fasilitas klinik yang dikelola RZ, maupun kerjasama dengan bidan praktek yang berada di sekitar wilayah binaan RZ. Nilai donasi Rp. 2.075.000,- untuk 1 orang ibu hamil di wilayah Jawa dan Sumatera atau

Rp.3.425.000,- untuk 1 orang ibu hamil di wilayah Kalimantan, Sulawesi dan Papua.

14. ***Berbagi Air Kehidupan***, Program layanan pendistribusian air bersih bagi masyarakat di daerah bencana atau wilayah rawan kekeringan. Nilai donasi full Rp 1.500.000 untuk 1 kali pendistribusian. Donasi retail Rp 3.000 untuk 1 kali pendistribusian.

15. ***Berbagi Buka Puasa (BBP)***, Paket makanan lengkap untuk berbuka puasa yang didistribusikan di wilayah ICD (Integrated Community Development) dan Non ICD yang terdiri dari member pemberdayaan RZ serta jamaah masjid. Donasi Rp 35.000/unit dengan spesifikasi paket sebagai berikut : Paket nasi, lauk pauk, sayur, makanan pembuka, air minum dan buah.

Keunggulan BBP : Memberi makan orang yang berpuasa sama dengan pahala orang yang berpuasa, tepat sasaran, menu lengkap dan bergizi serta higienis.

16. ***Kado Lebaran Yatim (KLY)***, Paket kado diperuntukkan bagi anak-anak yatim di ICD (Integrated Community Development) dan non ICD. Paket Kado Lebaran Yatim terdiri dari pakaian muslim, susu, kue kaleng, sirup dan tas dengan donasi Rp 310.000.

17. ***Bingkisan Lebaran Keluarga dan Pra sejahtera***, Bingkisan berupa perlengkapan ibadah dan bahan makanan pokok bagi kaum jompo, keluarga prasejahtera di ICD (Integrated Community Development) dan non ICD.

Bingkisan ini terdiri dari sarung/mukena, sajadah, minyak goreng, beras, sarden, dan kornet Superqurban dengan donasi Rp 360.000.

18. *Syiar Quran (SQ)*, Paket pendistribusian Al-Qur'an dan paket Iqro yang menjangkau daerah-daerah pedesaan hingga ke kawasa timur Indonesia. Adapun spesifikasinya adalah paket bantuan pengadaan Al-Qur'an eksklusif ukuran besar lengkap dengan tajwid dengan donasi Rp 170.000.

Keunggulan SQ : Sebagai media penyebaran nilai-nilai Al Quran, menjangkau daerah minus yang rawan intervensi aqidah dan dilengkapi dengan terjemahan yang hurufnya mudah dibaca.

19. *Superqurban*, adalah salah satu produk inovasi RZ dalam program optimalisasi pelaksanaan ibadah qurban dengan mengolah dan mengemas daging qurban menjadi kornet. Produk Superqurban mampu menjawab permasalahan pendistribusian daging qurban sampai ke daerah-daerah pelosok dan terdepan di nusantara. Kornet yang tahan hingga 3 tahun, dapat didistribusikan sepanjang tahun, dan efektif untuk pembinaan gizi dan aqidah. Sehingga RZ banyak meraih penghargaan dari program Superqurban sebagai produk inovasi optimalisasi daging hewan qurban.

Superqurban sebagai produk kaya manfaat ini telah dirasakan oleh saudara-saudara kita di wilayah Indonesia Timur, seperti Pulau Tello, Pulau Kayuwadi, Pulau Alor, Pulau Rote, Pulau Sabu, Pulau Sumba, Pulau Komodo, Pulau Buton, Pulau Obi dan Pulau Raja Ampat yang disebarakan melalui

program Ekspedisi Bhakti Kesra Nusantara bersama Kementerian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat (Kemenko Kesra) pada Juni 2013 dan 2014 lalu.

Selain itu pada tahun 2012, RZ juga pernah mengirimkan 50 ribu paket kornet Superqurban dalam Ekspedisi Bhakti Kesra Nusantara yang menyambangi pulau-pulau terluar Indonesia, seperti Pulau Maumere, Pulau Lembata, Pulau Buru, Pulau Morotai, Pulau Marampit, Pulau Marore, dan Pulau Balabalakang.

Hanya dengan Rp 2.250.000,-/ekor (Kambing) Rp 16.700.000,-/ekor (Sapi) atau retail @ Rp 2.400.000,- untuk 7 orang, Anda sudah bisa mengikuti program Superqurban ini. Program kami jelas beda. daging qurban tak dibagikan langsung habis sehari tapi kami kornetkan dalam bentuk kaleng @ 200 gram. Disembelih saat hari Qurban, sesuai syari, diolah dengan mesin canggih tetap klinis dan higienis. Distribusi bisa lebih panjang dan simpel serta menjangkau setiap pelosok nusantara. Tak perlu khawatir hewan sakit atau cacat saat tiba di lokasi.

Metode pengkornetan daging qurban dalam program Superqurban ini mempunyai manfaat yang lebih baik, diantaranya adalah:

1. Sesuai syariah. Hewan dipotong dalam kondisi sehat pada hari raya Idul Adha hingga hari tasyrik.
2. Praktis. Mudah dibawa, mudah dibuka, siap menjangkau berbagai kawasan rawan pangan di Nusantara.

3. Kesehatan Terjamin. Hewan qurban di karantina dalam pengawasan dokter hewan.
4. Kernet tahan lama hingga jangka waktu 3 tahun. Diproduksi oleh perusahaan yang telah berpengalaman dalam pengemasan produk ekspor, dengan standar halal MUI dan pengawasan BPOM.
5. Aksi distribusi dilakukan sepanjang tahun. Tidak habis dalam sekejap sepekan hari raya qurban. Program penyaluran bisa lebih terarah dan terencana.
6. Menjangkau pelosok Indonesia. Menjangkau daerah terpencil, pedesaan dan wilayah jangkauan bencana yang luas. Minim resiko dibanding bila di distribusikan dalam wujud hewan hidup.
7. Memberdayakan Petani Lokal. Seluruh tahapan produksi dilakukan di Indonesia, program ini sangat efektif memberdayakan potensi peternak lokal yang utamanya berbasis di pesantren.
8. Solusi Efektif Bantu Korban Bencana. Terbukti sukses untuk membantu korban konflik Ambon, Maluku Utara, bencana tsunami Aceh, gizi buruk di Banten, longsor Banjarnegara, gempa DIY-Jateng, tsunami Pangandaran, gempa di Bengkulu, bencana Gunung Kelud dan yang terakhir adalah aksi siaga bencana pada gempa di Jawa Barat serta Gempa Sumatera.⁵³

⁵³ *Ibid*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas.⁵⁴

Komunikator adalah suatu kelompok ataupun seseorang yang menyampaikan gagasan, perasaan ataupun pemikirannya kepada orang lain.⁵⁵

RZ Palembang sebagai cabang dari RZ pusat memiliki komunikator yang berkompeten dalam melayani masyarakat. Komunikator merupakan unsur yang utama dalam proses komunikasi karena proses komunikasi akan

⁵⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hlm. 108

⁵⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009) hlm. 11

berlangsung dengan adanya komunikator, untuk mengetahui siapa saja yang menjadi komunikator Rumah Zakat (RZ) Palembang adalah sebagai berikut:

a. Branch Manager RZ Palembang

Manager berasal dari kata bahasa inggris “management” dengan kata kerja “to manage” yang secara umum berarti mengurus, mengemudikan, mengelola, menjalankan, membina atau memimpin.⁵⁶ Sebagaimana yang diungkapkan oleh Stoner dan Freeman (2000) dalam bukunya Donni Juni Priansa bahwa, “Manajemen adalah proses dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengawasan pekerjaan anggota-anggota organisasi dan penggunaan semua sumber organisasi yang ada untuk mencapai tujuan organisasi.”⁵⁷

Berdasarkan deskripsi diatas disimpulkan bahwa manajer adalah orang yang memiliki pengalaman, pengetahuan dan keterampilan yang baik yang diakui oleh organisasi untuk dapat memimpin, mengelola, mengendalikan, mengatur serta mengembangkan organisasi dalam rangka mencapai tujuan.

Branch manager RZ memiliki fungsi sebagaimana pada umumnya yakni mengelola, mengatur, mengendalikan, serta mengembangkan organisasi dengan fokus persoalan mengenai zakat. Untuk mengetahui deskripsi *branch*

⁵⁶ Donni Juni Priansa dan Agus Garnida, *Manajemen Perkantoran Efektif, Efisien, dan Profesional*, (Bandung: Alfabeta, 2015) hlm. 28.

⁵⁷ *Ibid*, hlm. 29

manager RZ, berikut wawancara dengan *branch manager* RZ Palembang yang ditemui di ruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Saya Gustam Sunardi sebagai *Branch manager* RZ cabang Palembang. *Branch manager* RZ adalah komunikator RZ yang mempunyai kewajiban untuk mengelola dan mengawasi kinerja operasional yang dilakukan oleh Rumah Zakat dan sebagai member *off* di daerah Palembang tentunya, karena lokasi cabang yang berada di Palembang. Kinerja operasional yang dimaksud meliputi segala kegiatan yang dilakukan RZ dalam tujuannya melayani masyarakat. Seorang *branch manager* secara eksplisit pastinya melakukan proses komunikasi, *branch manager* disini terlebih dahulu melakukan komunikasi kepada para staf RZ, kemudian barulah melanjutkan komunikasi kepada masyarakat. Staf RZ mendapat perhatian utama karena sebagai *leader* lembaga, *branch manager* harus mampu mengintegrasikan tujuan agar masyarakat yang menjadi sasaran akan menerima dengan baik.”⁵⁸

Finance Of Program RZ Palembang yang berada di ruangan yang sama dengan *branch manager* RZ menambahkan,

“*Branch manager* RZ adalah orang yang berkompeten karena segala aktivitas RZ akan dikelola untuk kemudian diserahkan pada RZ pusat. Segala aktivitas organisasi yang mencakup laporan ZISCO (Zakat Infak Shodaqoh), Finance Support Officer, Finance of Program, serta SICO (Superinfak Consultant) akan dikelola sebelum akhirnya diserahkan laporannya pada RZ pusat oleh *branch manager*.”⁵⁹

Lebih lanjut ditambahkan pula Tim Marketing RZ Palembang yang juga berada diruangan sama menerangkan bahwa,

“*Branch manager* bertanggungjawab atas pencapaian dan kinerja cabang dengan melakukan perencanaan, *monitoring* dan evaluasi fungsi dan pencapaian, *covering area* dan pengelolaan *customer* untuk memenuhi target yang telah ditetapkan perusahaan.”⁶⁰

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Gustam Sunardi selaku *Branch Manager* RZ tanggal 9 Juni 2016

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Ibu R. Enggal Desiyan selaku Finance Of Program RZ tanggal 9 Juni 2016

⁶⁰ Wawancara Tim Marketing RZ Palembang, Akbar. Pada tanggal 9 Juni 2016



Gambar: 1 Branch Manager saat Silaturahmi dengan Medco, menguatkan sinergi program pemberdayaan.

Sumber: Dok. Rumah Zakat Palembang

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *branch manager* RZ adalah seorang komunikator RZ yang mempunyai kewajiban untuk mengelola dan mengawasi kinerja operasional yang dilakukan oleh Rumah Zakat dan sebagai member *off* di daerah tersebut. *Branch manager* RZ memiliki tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (kredibilitas), kredibilitas seseorang dapat diperoleh dari kompetensi (*competence*).⁶¹ *Branch manager* RZ ialah seorang yang memiliki kompetensi. Hal itu, dapat dibuktikan dari segala aktivitas RZ yang mencakup organisasi akan diserahkan kepada *branch manager*, sebelum akhirnya diserahkan kepada RZ pusat di Bandung.

b. Amil Zakat

Amil zakat ialah orang yang diangkat oleh imam atau wakilnya sebagai petugas atau panitia yang mengurus masalah zakat. Ini berarti, mencakup

⁶¹ Hafied Cangara, *Op.Cit*, hlm. 108

orang yang khusus menangani penghimpunan zakat, orang yang menyimpannya, orang yang menjaganya, orang yang melakukan pendataan, dan seterusnya.⁶²

Amil zakat merupakan aset penting bagi LAZNAS (Lembaga Amil Zakat Nasional) sebagai *human capital*, karena salah satu faktor kunci keberhasilan pencapaian visi dan misi lembaga ialah keberadaan amil zakat. RZ sebagai LAZNAS tentunya memiliki bagian amil zakat, untuk lebih mengetahui mengenai amil zakat RZ cabang Palembang berikut wawancara dengan Finance Support Officer RZ Palembang yang merupakan salah satu amil zakat RZ Palembang mengatakan bahwa,

“RZ Palembang memberi kewajiban sebagai amil zakat kepada seluruh anggotanya untuk mengurus dana zakat. Karena semuanya amil zakat jadi mengurus dana zakat adalah kewajiban seluruh staf. SDM merupakan aset penting bagi organisasi sebagai *human capital*. Oleh sebab itu RZ membangun sistem pengelolaan SDM dengan menerapkan suatu sistem standar yang digunakan untuk menjadikan amil berkualitas dan kompeten melalui pengembangan amil yang bersifat komprehensif dan terintegrasi.”⁶³

Lebih lanjut ditambahkan pula oleh *branch manager* RZ Palembang yang ditemui disela kesibukan kerjanya mengatakan bahwa,

“Amil zakat tugasnya ialah menghimpun dana zakat, infak, dan shodaqoh. Dana tersebut akan dikumpulkan, dihitung, dicatat, dijaga, dan dibagikan setelah berhasil dihimpun kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Seluruh staf yang menjadi amil RZ yang mencangkup bagian ZISCO diisi oleh M. Syatria Amka dan Taufiq Akbar, Finance Support Officer oleh Windra, Finance Of Program oleh R. Enggal Desiyan, dan SICO Oleh Sulaiman dan Hasanudin. Penghimpunan dana zakat dapat dilakukan secara langsung misalnya mendonasikan uang langsung ke RZ atau secara tidak langsung dengan melalui website RZ (www.rumahzakat.org).”⁶⁴

⁶² Muhammad Rais, *Fiqh Ibadah*, (Jakarta: PT. Fathan Prima Media, 2014) hlm. 388

⁶³ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁶⁴ Wawancara Branch Manager RZ Palembang, Gustam Sunardi. Pada tanggal 9 Juni 2016

Finance Of Program RZ Palembang juga menambahkan bahwa,

“Amil zakat RZ mempunyai kesiapan harian yang dilakukan untuk menghasilkan kinerja yang baik. kesiapan harian tersebut adalah mengkondisikan lingkungan kerja yang kondusif dan efektif untuk mendukung *performance* cabang, komitmen terhadap langkah-langkah yang telah ditetapkan, sinergi dengan program, membangun hubungan emosional dengan donatur, membangun hubungan persaudaraan antar amil, sinergi dengan masyarakat melalui majlis-majlis taklim dan pengajian, bersih hati, qiyamul lail, berpikir positif, dan berkomunikasi dengan baik.”⁶⁵

Amil zakat ialah bagian selanjutnya dari *branch manager*, yang juga merupakan seorang komunikator. Untuk lebih mengetahui tugas dan fungsi amil zakat RZ Palembang sebagai komunikator, berikut deskripsi amil zakat yang diperoleh dari hasil dokumentasi, yaitu:

1) ZISCO (Zakat Infak Shodaqoh)

ZISCO yang merupakan kepanjangan dari Zakat Infak Shodaqoh. RZ memiliki staf bagian ZISCO 2 Orang yakni: M. Syatria Amka dan Taufiq Akbar.

Staf ZISCO memiliki kewajiban sebagai berikut:

- a) Sebagai SDM yang menedukasi masyarakat agar sadar akan zakat
- b) Melakukan aktivitas *funding*/ pengumpulan ZISWAF
- c) Sebagai fasilitator RZ dalam mantenen dan memberikan laporan mengenai mustahik kepada muzakki
- d) Sebagai SDM laporan yang bertugas mengambil ZISWAF dan edukasi.

2) Finance Of Program

Finance Of Program diisi oleh R. Enggal Desiyan. Staf ini memiliki tugas sebagai berikut:

⁶⁵ Wawancara Finance Of Program RZ Palembang, R. Enggal Desiyan. Pada tanggal 9 Juni 2016

- a) Mencatat seluruh transaksi yang masuk dan keluar setiap harinya
- b) Memasukan transaksi yang masuk dari teller kemudian mencatatnya ulang dengan rekapan komputer dan juga secara manual
- c) Melaporkan seluruh transaksi yang terjadi selama sehari kepada keuangan pusat.

3) Finance Support Officer

Finance Support Officer oleh Windra, yang mana staf ini bertugas untuk

- a) melayani masyarakat secara langsung ataupun ZISCO yang ingin menyetorkan uang hasil donasi dan juga melayani konsultasi mengenai ZIS
- b) membantu tugas *finance of program* dalam membuat laporan keuangan

4) SICO (Superinfak Consultant)

SICO diisi oleh Sulaiman dan Hasanudin, yang memiliki tugas mencari mitra/calon donatur yang mau berzakat, infak, ikut program RZ dan maintenance donatur tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disampaikan bahwa amil zakat RZ ialah komunikator yang diamanahkan kepada seluruh stafnya untuk menghimpun, mengelola dan menyalurkan zakat. Amil zakat RZ dibina agar memiliki dedikasi, loyalitas yang tinggi, semangat kebersamaan, keikhlasan, dan kerja keras serta keinginan untuk memberikan yang terbaik bagi RZ, melalui pengembangan yang bersifat komprehensif dan terintegrasi. Hal tersebut sebagai modal yang harus dipenuhi sebagai komunikator RZ.

2. Pesan (Message)

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.⁶⁶ Pesan sangat tergantung pada program yang mau disampaikan. Jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifatnya harus persuasif dan edukatif. Pesan tersebut seperti yang tertuang di dalam program RZ.

RZ membuat pesan yang berbentuk rangkaian gempita aksi senyum pemberdayaan untuk Indonesia yang lebih membahagiakan. Tujuan gerakan ini adalah membangkitkan partisipasi masyarakat untuk dapat memberdayakan potensi diri dan lingkungannya secara mandiri. RZ sebagai mitra dalam berbagi berupaya menjembatani setiap sinergi dilakukan secara menyenangkan sehingga menjadi bagian gaya hidup baru yang lebih bermakna. Gerakan BIG Smile Indonesia dikibarkan untuk mengajak semua elemen masyarakat agar berkontribusi dalam membangun masa depan yang lebih baik.⁶⁷ pesan ini dituangkan kedalam lima aksi nyata berbentuk program pemberdayaan, yaitu:

⁶⁶ Hafied Cangara, *Op. Cit*, hlm. 113

⁶⁷ Situs Resmi Rumah Zakat www.rumahzakat.org, diakses pada tanggal 9 Desember 2015.

- a. Senyum Juara, Merupakan program unggulan lembaga yang menghadirkan layanan pendidikan sekolah formal bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan ekonomi dalam wadah Sekolah Juara.⁶⁸

Finance Support Officer RZ Palembang mengatakan bahwa,

“Program senyum juara RZ yang selama ini berlangsung mengalami jumlah peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan laporan tahunan RZ perkembangan siswa sekolah juara mengalami peningkatan setiap tahunnya, tercatat sejak tahun 2010 terdapat 855 siswa, tahun 2011 tercatat 1339 siswa, tahun 2012 tercatat 1625 siswa, tahun 2013 tercatat 1770 siswa, dan tahun 2014 tercatat 1882 siswa yang tersebar diseluruh kepulauan Indonesia. Angka tersebut berdasarkan data jumlah siswa di masing-masing sekolah seperti Bandung, Medan, Surabaya serta yang lainnya.”⁶⁹

Branch manager RZ Palembang juga mengatakan bahwa,

“Senyum juara akan mengiringi generasi penerus bangsa menggapai cita dan mimpinya melalui pendidikan berkualitas di Indonesia. Layanan ini mengutamakan pendidikan karakter berbasis nilai-nilai Islam sebagai aktivitas utama KBM (Kegiatan Belajar Mengajar).”⁷⁰

Lebih lanjut ditambahkan pula Tim Marketing RZ Palembang yang mengatakan,

“Aktivitas yang dilakukan ialah kegiatan belajar mengajar dan pengembangan kreativitas siswa yang berbasis nilai-nilai islam. Program senyum juara meliputi beasiswa ceria, sekolah juara, gizi sang juara, serta mobil juara.”⁷¹

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa program senyum juara RZ mendapatkan tanggapan yang baik dari masyarakat

⁶⁸ *Ibid*

⁶⁹ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁷⁰ Wawancara Branch Manager RZ Palembang, Gustam Sunardi. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁷¹ Wawancara Tim Marketing RZ Palembang, Taufiq. Pada tanggal 9 Juni 2016

diketahui dari jumlah peningkatan siswa sekolah juara setiap tahunnya. Angka yang mengalami peningkatan tiap tahunnya membuktikan bahwa program senyum juara berisi program yang bagus dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam, maka nilai-nilai islam sangatlah tepat diberikan oleh RZ.

- b. Senyum Mandiri adalah Program pemberdayaan ekonomi berbasis usaha kecil dan mikro binaan RZ, dalam bentuk pengadaan modal atau infrastruktur serta sarana penunjang aktivitas usaha yang telah dimilikinya.⁷²

Finance Support Officer RZ Palembang mengatakan bahwa,

“Program senyum mandiri ialah program yang berisi pemberdayaan masyarakat melalui pembinaan dan pendampingan. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat yang menerima bantuan dapat meningkatkan mindset tentang wirausaha sehingga usaha yang dibangun berjalan dengan lancar tanpa ada kesulitan, meskipun ada kesulitan pun penyelesaian permasalahan sudah diketahui.”⁷³

Finance Of Program juga menerangkan bahwa,

“Program senyum mandiri terdiri atas pembinaan masyarakat, serta ada pula gaduh domba sapi. Program senyum mandiri membina dan mendampingi masyarakat melalui berbagai kegiatan yang dilakukan seperti pembinaan masyarakat, pelatihan keterampilan, sarana usaha, pemberian modal usaha, pendampingan bisnis, pendampingan GMP, penguatan produk, legalitas, dan penguatan jaringan. Segala bentuk program kegiatan

⁷² *Op.Cit*

⁷³ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

tersebut telah menciptakan wirausahawan mandiri yang berhasil di beberapa bidang.”⁷⁴

Hal serupa ditambahkan pula ZISCO (Tim Marketing RZ) Palembang yang ditemui disela tugasnya mengatakan bahwa,

“Senyum mandiri adalah kegiatan membina dan mendampingi yang turut mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Kegiatan membina dan mendampingi bertujuan untuk menambah kualitas dari sisi *skill* dan spiritual.”⁷⁵

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa program senyum mandiri dibuat untuk memberdayakan masyarakat agar kreatif, inovatif dan produktif yang dirangkum dalam metode membina serta mendampingi. Hasilnya program ini mampu mengurangi angka pengangguran dengan menciptakan wirausahawan mandiri yang sukses dalam bidangnya.

- c. Senyum Sehat ialah program yang menyalurkan bantuan langsung berupa dana yang disalurkan kepada penerima manfaat dalam bentuk tunai dan bantuan layanan kesehatan langsung kepada masyarakat.⁷⁶

Finance Support Officer RZ Palembang mengatakan bahwa,

“Program senyum sehat ialah program yang memberikan layanan kesehatan langsung dan memberikan bantuan dana secara tunai. Bantuan layanan kesehatan tersebut seperti ambulance gratis, operatis katarak gratis, mobil

⁷⁴ Wawancara Finance Of Program RZ Palembang, R. Enggal Desiyan. Pada tanggal 9 Juni

⁷⁵ Wawancara Tim Marketing RZ (ZISCO) Palembang, Akbar. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁷⁶ *Op.Cit*

klินิก keliling, dan bantuan rumah bersalin gratis/ layanan bersalin gratis.”⁷⁷

Lebih lanjut ditambahkan pula Tim Marketing RZ Palembang, yang mengatakan

“Program ini telah tersebar di hampir seluruh kepulauan Indonesia. Program ini melayani segala umur dari mulai balita sampai renta akan diberikan layanan kesehatan.”⁷⁸

SICO (Superinfaq Consultant) juga menambahkan,

“Berbagai fasilitas dan sarana kesehatan senyum sehat dapat membantu memelihara kesehatan warga yang kurang mampu melalui berbagai fasilitas dan sarana yang tersedia di senyum sehat. Jumlah penerima manfaat program ini selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan laporan tahun 2013 tercatat sudah 572.163 jiwa penerima manfaat senyum sehat yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.”⁷⁹

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa program senyum sehat RZ adalah program yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini terbukti dari wawancara yang dilakukan menjelaskan bahwa jumlah jiwa penerima manfaat senyum sehat terus mengalami peningkatan. Data tersebut dikuatkan dari layanan yang diberikan program ini menerima segala jenis umur mulai dari balita sampai tua renta.

⁷⁷ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁷⁸ Wawancara Tim Marketing RZ Palembang, Akbar. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁷⁹ Wawancara SICO (Superinfak Consultant) RZ Palembang, Sulaiman. Pada tanggal 9 Juni

- d. Senyum Lestari ialah program yang turut berkontribusi dalam melestarikan lingkungan hidup sebagai salah satu warisan untuk masa depan, melalui program pro lingkungan sehat dan hijau.⁸⁰

Finance Support Officer RZ Palembang mengatakan bahwa,

“Program senyum lestari ialah program yang akan menciptakan lingkungan yang sehat dan hijau dengan serangkaian kegiatan yang akan dilakukan. Kegiatan tersebut seperti menciptakan kampungku hijau yang akan menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat, juga meningkatkan produktivitas warga dengan mendaur ulang sampah menjadi kreativitas, dan menciptakan perilaku hidup bersih dan sehat. Merenovasi sarana ibadah yang telah berdiri layak seperti di Bandung berdiri Masjid Al Khairiyah. Serta program water well dan bantuan air bersih juga diberikan kepada masyarakat yang dirangkai dalam program senyum lestari ini.”⁸¹

Finance Of Program menambahkan bahwa,

“Berdasarkan laporan tahunan 2014 Jenis kegiatan Senyum Lestari yang telah tercapai berupa program Bank Sampah, Pilah sampah, Kampung Berseri (Kampungku Hijau), *Urban Farming*, Renovasi Masjid, Masjidku Merdu, dan Masjidku Bersih dan Hijau.”⁸²

Tim Marketing RZ Palembang pula menjelaskan,

“Senyum lestari juga turut berkontribusi dalam membantu warga yang terkena bencana alam seperti longsor dan banjir. Senyum lestari akan menugaskan relawan RZ untuk terjun langsung ke lapangan membantu warga yang terkena musibah.”

⁸³

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa program senyum lestari RZ telah berdampak yang baik untuk masyarakat dengan

⁸⁰ *Op.Cit*

⁸¹ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁸² Wawancara Finance Of Program RZ Palembang, R. Enggal Desiyan. Pada tanggal 9 Juni

⁸³ Wawancara Tim Marketing RZ Palembang, Akbar. Pada tanggal 9 Juni 2016

menciptakan segala fasilitas dan sarana kesehatan yang sangat dibutuhkan. Program ini adalah program yang sangat baik karena turut melestarikan lingkungan sebagai tempat tinggal seluruh makhluk hidup yang ada, sebagai warisan dunia, dan untuk masa depan generasi yang akan datang.

- e. Senyum Ramadhan ialah program keberkahan romadhon yang dihadirkan oleh Rumah Zakat. Beberapa amalan-amalan romadhon dirangkai didalam program senyum romadhon.⁸⁴

Finance Support Officer RZ Palembang mengatakan bahwa,

“Program senyum ramadhan ialah program berbagi berkah ramadan yang telah menghadirkan banyak senyuman bagi penerima manfaat di seluruh Nusantara. Program ini berisi kegiatan seperti berbagi buka puasa, kado lebaran yatim, bingkisan lebaran keluarga, dan syiar Qur’an. Pada tahun 2014 tercatat 115. 824 paket produk ramadhan telah disalurkan.”⁸⁵

Tim Marketing RZ Palembang juga menambahkan,

“Bulan ramadhan yang merupakan bulan yang penuh dengan rahmat dimana didalamnya umat muslim berbondong-bondong dalam mengumpulkan pahala, salah satunya ialah zakat. Hal ini memudahkan RZ dalam menyalurkan zakat yang dikemas dalam bentuk kegiatan ramadhan.”⁸⁶

Bulan ramadhan banyak kegiatan yang bisa dilakukan dan bernilai pahala disisi Allah SWT, Salah satunya ialah mengaji. Mengaji akan melatih otak kita dalam memahami kitab suci al-Qur’an al Kareem. RZ membuat

⁸⁴ *Op.Cit*

⁸⁵ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁸⁶ Wawancara Tim Marketing RZ Palembang, Akbar. Pada tanggal 9 Juni 2016

program mengaji dalam bentuk syiar Qur'an sebagai salah satu indikator program senyum ramadhan.

Donatur RZ Palembang mengatakan,

“Syiar Qur'an adalah salah satu bentuk indikator senyum ramadhan yang memiliki banyak manfaat untuk menambah wawasan keislaman agar bisa terjadi perubahan yang baik dan sesuai syariat islam.”⁸⁷

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa program senyum ramadhan adalah aksi keberkahan yang baik, yang mana dilakukan setiap bulan ramadhan. Program Berbagi Berkah Ramadan telah menghadirkan banyak senyuman bagi para penerima manfaat di seluruh Nusantara. Hal tersebut berdasarkan data di Tahun 2013 yang dikatakan diatas bahwa RZ telah mewujudkan senyuman dari 123.759 penerima manfaat yang tersebar di seluruh nusantara Indonesia.

- f. Superqurban ialah Superqurban adalah program optimalisasi pelaksanaan ibadah qurban dengan mengolah dan mengemas daging qurban menjadi kornet.⁸⁸

Finance Support Officer RZ Palembang mengatakan bahwa,

“Program superqurban menjadi program yang menghadirkan produk RZ berbentuk olahan makanan siap saji yakni kornet, yang mana diproduksi dari hewan hasil kurban.”⁸⁹

⁸⁷ Wawancara Donatur RZ Palembang, Ana. Pada tanggal 9 juli 2016

⁸⁸ *Op.Cit*

⁸⁹ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

Branch manager RZ menambahkan bahwa,

“Kegiatan ini dirintis sejak tahun 2000, dan mampu menjawab permasalahan pendistribusian daging kurban sampai ke daerah-daerah pelosok dan terdepan di Nusantara. Kernet yang tahan hingga 3 tahun, dapat didistribusikan sepanjang tahun, dan efektif untuk pembinaan gizi dan aqidah. Sehingga RZ banyak meraih penghargaan dari program Superqurban sebagai produk inovasi optimalisasi daging hewan kurban. Berdasarkan data tahun 2014 pendistribusian program superqurban sebanyak 307. 404 kaleng kernet telah disalurkan.”⁹⁰

Lebih lanjut ditambahkan pula Finance of Program yang ditemui diruang kerja menjelaskan

“Superqurban ialah produk yang melalui serangkaian proses yang telah teruji secara klinis serta halal untuk dikonsumsi. Serangkaian proses tersebut mulai dari pemeliharaan hewan kurban pilihan, pemeriksaan hewan kurban, memberdayakan masyarakat lokal, proses penyembelihan secara islam oleh masyarakat lokal, proses boning, proses pembekuan, proses pemanasan, proses kernetisasi, terakhir siap didistribusikan.”⁹¹

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa program superqurban adalah program hasil olahan produk pangan oleh RZ yang baik untuk memberikan gizi kepada warga masyarakat yang terpelosok dan tergolong tidak mampu. Hal ini dilakukan agar perkembangan pertumbuhan warga negara Indonesia tidak terhambat dan tumbuh menjadi generasi yang berkualitas dengan gizi yang baik dengan produk superqurban yang telah teruji secara klinis serta halal untuk dikonsumsi.

⁹⁰ Wawancara *Branch Manager* RZ Palembang, Gustam Sunardi. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁹¹ Wawancara *Finance Of Program* RZ Palembang, R. Enggal Desiyan. Pada tanggal 9 Juni

3. Saluran (Media)

Harold Lasswell dalam bukunya Onong Uchjana Effendy, mengatakan bahwa media adalah suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/ elektronik).⁹²

Di zaman yang semakin maju berbagai jenis media telah banyak bermunculan dan mengalami perkembangan. Semakin banyaknya media akan semakin memudahkan komunikasi antar individu dengan yang lainnya. Komunikasi yang dijalin untuk mencapai tujuan tertentu dan menerima tanggapan balik/ respon serta efek atau pengaruh yang ditimbulkan. Hal ini dimanfaatkan oleh RZ untuk menyampaikan pesannya kepada masyarakat melalui beragam jenis media yang saat ini marak digunakan. Selain itu, Saluran (media) akan dipilih dan diterima oleh masyarakat dengan mempertimbangkan karakteristik dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan juga jenis media tersebut. Isi pesan yang dimaksud ialah kemasan pesan yang ditujukan untuk masyarakat luas dan kemasan pesan untuk komunitas tertentu.⁹³

Hal tersebut sejalan dengan Rumah Zakat (RZ) yang menyampaikan pesannya dengan menggunakan beragam jenis saluran (media) dan pesan yang dibuat dikemas dalam bentuk program pemberdayaan potensi diri serta

⁹² Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit*, hlm. 18

⁹³ Hafied Cangara, *Op.Cit*, hlm. 120

lingkungan secara mandiri yang ditujukan untuk masyarakat yang membutuhkan. Beragam jenis saluran (media) yang digunakan oleh RZ, yakni:

a. E-Journal RZ

E Journal atau elektronik jurnal adalah publikasi ilmiah dalam format elektronik dan mempunyai ISSN (International Standard Serial Number). Format dokumen e-journal seperti PDF dan HTML.⁹⁴ Sebagaimana yang diketahui bahwa Jurnal ilmiah adalah majalah publikasi yang memuat KTI (Karya Tulis Ilmiah) yang secara nyata mengandung data dan informasi yang mengajukan iptek dan ditulis sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan ilmiah serta diterbitkan secara berkala. Jadi, E-jurnal adalah jurnal ilmiah yang dimuat dalam format elektronik.

E-Journal secara sederhana dapat diartikan sebagai penyampaian informasi dan komunikasi secara online. E-Journal menyediakan seperangkat alat yang dapat memperkaya nilai suatu jurnal konvensional (terbitan dan kajian secara mendalam) sehingga dapat menjawab tantangan globalisasi. E-journal tidak berarti menggantikan model jurnal konvensional, tetapi memperkuat jurnal tersebut melalui pengelolaan penulis, karya tulis

⁹⁴ Endah Praptiningsih, *Pengertian Dan Perbedaan E Journal Dan Ebook*, diakses dari <http://alaaamendah.blogspot.co.id/>, pada tanggal 16 Juni 2016

dan tanggapan atas karya tersebut, bahkan sampai pada tingkat mendiskusikan secara tak terbatas.⁹⁵

Finance Support Officer RZ Palembang mengatakan bahwa,

“RZ dalam melancarkan visi dan misinya menggunakan *E-Journal* sebagai salah satu saluran (media) berisi informasi mengenai RZ yang dimuat berdasarkan satu bidang ilmu tertentu. Rumah Zakat (RZ) menerbitkan *E-Journal* berdasarkan aktivitas-aktivitas RZ.”⁹⁶

Finance of Program menambahkan bahwa,

“Beberapa konten yang dimuat dalam *e-Journal* RZ seperti: jurnal kesehatan masyarakat berbasis pemberdayaan masyarakat, jurnal pendidikan berbasis pemberdayaan masyarakat, dan jurnal ekonomi & lingkungan masyarakat. Konten-konten tersebut berisi informasi kegiatan sistematis yang dilakukan RZ dalam karya tulis ilmiah.”⁹⁷

Donatur RZ Palembang menjelaskan

“*e-Journal* RZ berisi kegiatan-kegiatan RZ yang dikemas dalam bentuk elektronik. *e-Journal* bisa menjadi sarana informasi bagi para muzaki untuk mengakses layanan/ program yang tersedia di RZ. *e-Journal* pun bisa digunakan sebagai sumber tulisan ilmiah yang diperlukan para pengakses informasi/ mahasiswa.”⁹⁸

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *e-Journal* ialah salah satu produk RZ yang membantu menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui saluran elektronik. Hal ini memudahkan masyarakat yang ingin mengakses informasi mengenai RZ dengan efisien. Hanya dengan mengunjungi situs resmi RZ www.rumahzakat.org.

⁹⁵ Yenize Novitasari, *Makalah Pengaksesan E-Book dan E-Journal Bagi Bimbingan Konseling*, diakses dari <http://yenizenovitha.blogspot.co.id/>, pada tanggal 16 Juni 2016

⁹⁶ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁹⁷ Wawancara Finance Of Program RZ Palembang, R. Enggal Desiyan. Pada tanggal 9 Juni 2016

⁹⁸ Wawancara Donatur RZ Palembang, Ana. Pada tanggal 9 Juni 2016

PERAN RUMAH ZAKAT TERHADAP STABILITAS EKONOMI NASIONAL
MELALUI ZISWAF

Priyanka Permata Putri, S.Pd
Rumah Zakat
Jl. Turangga No. 25 C Bandung
Email : priyanka.permata@rumahzakat.org

Abstrak

Rumah Zakat (RZ) mempunyai peran dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional dalam sektor sosial melalui penyaluran dana ZISWAF yang dihimpun dari donatur dalam maupun luar negeri yang Sasarannya yaitu golongan berpendapatan rendah sebagai pemberian dukungan kepada pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tujuan penelitian adalah mengetahui keberhasilan program RZ dalam meningkatkan ekonomi nasional. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode yang digunakan yaitu studi literatur, dengan melihat data sekunder dari capaian program yang diimplementasikan Rumah Zakat dan melihat dari profil ICD serta melihat dari dokumentasi hasil seminar *Jabar Islamic Economic Forum* dengan tema "Solusi Ekonomi Islam Atasi Perlambatan Ekonomi Indonesia" pada tanggal 5 November 2015 di Balai Pertemuan Baik Indonesia Provinsi Jawa Barat.

Hasil dari penelitian ini yaitu Rumah Zakat sebagai lembaga filantropi mempunyai peran dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional melalui dana ZISWAF yang dihimpun dari para donatur yang disalurkan dalam bentuk program pemberdayaan masyarakat, salah satunya dalam program kewirausahaan yang dapat memberikan penghasilan tambahan bagi warga penerima manfaat golongan berpendapatan rendah.

Kata Kunci : Rumah Zakat, Ekonomi Nasional, ZISWAF.

Abstract

*Rumah Zakat (RZ) has a role in maintaining the stability of the national economy in the social sector through the distribution of funds ZISWAF collected from donors in the country and abroad that the target is low-income groups as providing support to the government in improving the welfare of society. The research objective was to determine the success of a program organized by Rumah Zakat in improving the national economy. This research is descriptive method used is the study of literature, by looking at the secondary data from the achievements of the program were implemented Rumah Zakat and view of the profile of ICD as well as view of the documentation of the seminar *Jabar Islamic Economic Forum* with the theme: "Solutions for Islamic Economy Overcome Economic Slowdown in*

Gambar 2 E-Journal RZ Sumber: Situs Resmi Rumah Zakat www.rumahzakat.org.

b. Jurnal RZ

Jurnal sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya bahwa jurnal adalah majalah publikasi yang memuat KTI (Karya Tulis Ilmiah) yang secara nyata mengandung data dan informasi yang mengajukan iptek dan

ditulis sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan ilmiah serta diterbitkan secara berkala.⁹⁹

Finance Support Officer RZ Palembang mengatakan bahwa,

“Jurnal RZ berisi catatan harian yang dilakukan rumah zakat. Catatan yang berkaitan dengan segala aktivitas RZ, program-program, serta layanan yang dimuat oleh rumah zakat.”¹⁰⁰

Finance of Program menambahkan,

“Jurnal memuat informasi RZ yang mungkin dibutuhkan untuk meningkatkan *trust* dari publik. Hal tersebut sesuai dengan salah satu nilai utama yang diusung oleh RZ yakni *Trusted*. *Trusted* itu adalah salah satu pilar keberlangsungan program RZ.”¹⁰¹

Tim Marketing RZ juga menambahkan,

“Jurnal RZ sama halnya dengan e-journal RZ yang didalamnya berisi kegiatan-kegiatan harian yang dilakukan RZ dalam setiap programnya. Hal yang berbeda hanyalah bentuk visual dari keduanya, yang satu dalam bentuk elektronik dan satunya dalam bentuk karya tulis ilmiah.”¹⁰²

Sama halnya dengan *e-Journal*, jurnal RZ juga merupakan sarana bagi para donatur untuk mengakses informasi RZ. Namun berbeda tampilannya, *e-Journal* dalam bentuk elektronik sedangkan jurnal dalam bentuk cetak. Jurnal RZ berisi aktivitas harian RZ. Aktivitas harian tersebut sebagai langkah RZ untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan

⁹⁹ Amin, *Pengertian Jurnal Ilmiah*, diakses dari <https://aminawm.wordpress.com/>, pada tanggal 16 juni 2016

¹⁰⁰ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹⁰¹ Wawancara Finance Of Program RZ Palembang, R. Enggal Desiyan. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹⁰² Wawancara Tim Marketing RZ Palembang, Akbar. Pada tanggal 9 Juni 2016

pentingnya membantu sesama makhluk hidup yang dimuat dalam serangkaian program di RZ.

ANAK JUARA BINAAN RZ BERSAMA MT TELKOMSEL BELAJAR JADI JURNALIS CILIK

Nov 29, 2015 / 0 Ulasan / 1 in Berita / by dila staff



MAKASSAR (Redaksi Minggu (RM/34) dari RZ cabang Makassar bersama Majelis Ta'lim Telkomsel menggelar pelatihan anak juara di lantai tiga kantor RZ cabang Makassar. Kegiatan ini dilaksanakan untuk membantu madrig yang miskin.

Namun sebelum anak juara MTT Telkomsel membuat madrig, terlebih dahulu diajarkan materi pendukung kealaman dunia jurnalis. Materi ini mengajarkan bagaimana seorang jurnalis menghadapi banyak manfaat berita,

mengelompokkan jenis-jenis berita, dan akhirnya menyajikan dalam media bernama Majalah Daring (MADIRING).

Materi yang dibawakan oleh Nurpanah Mubwani cukup menarik minat Anak Juara, karena diajak dengan

filosofi yang dibawakan oleh Nurpanah Mubwani cukup menarik minat Anak Juara, karena diajak dengan nilai-nilai kearifan lokal yang diajarkan dengan gambar-gambar yang menarik sebagai ilustrasi kearifan lokal.

Anak juara MTT Telkomsel yang hadir dalam kegiatan belajar ini sebanyak sembilan orang yaitu MA/3MA/10, salah seorang dari mereka adalah Nurpanah Mubwani, MA/3MA/10, salah seorang dari mereka adalah Nurpanah Mubwani, MA/3MA/10, salah seorang dari mereka adalah Nurpanah Mubwani, MA/3MA/10.

Selain banyak tahu tentang membuat berita, kemudian anak juara diajarkan tentang berkeaspi di Madrig. Kemudian dia diajarkan tentang "Materi tentang jurnalis jadi jurnalis, yang diajarkan, kemudian dia diajarkan tentang Muhammad Fikri, salah satu Anak Juara MTT Telkomsel.

Jurnalis memang merupakan pekerjaan yang tidak mudah, butuh keuletan namun kalau dibarengkan bahwa jurnalis itu mudah untuk anak-anak-anak berkeaspi. Materi ini mengajarkan materi-materi yang diajarkan oleh jurnalis jadi jurnalis. Kata Kamilar, salah seorang orang tua Anak Juara MTT Telkomsel.

Media ini salah satu bagian materi dari jurnalis, diajarkan untuk membantu anak juara MTT Telkomsel. Manfaatkan ide-ide yang seperti ini, pahami, dan gambarkan dengan jurnalisnya. Anak Juara MTT Telkomsel cukup kreatif dan aktif dalam memberikan informasi yang ada di Media ini. Nurpanah Mubwani sebagai pembimbing dengan kegiatan Madrig atau kreatif anak-anak Juara MTT.

Newsroom/Ta'lim Makassar

Maqom

Gambar 3 Journal RZ Sumber: Situs Resmi Rumah Zakat www.rumahzakat.org

c. Website

Website adalah sering juga disebut Web, dapat diartikan suatu kumpulan-kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks, data, gambar diam ataupun bergerak, data animasi, suara, video maupun gabungan dari semuanya, baik itu yang bersifat statis maupun yang dinamis, yang dimana membentuk satu rangkaian bangunan yang saling berkaitan dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan halaman atau hyperlink.

Website juga ialah kumpulan dari berbagai macam halaman situs, yang terangkum didalam sebuah domain atau juga subdomain, yang lebih tempatnya berada di dalam WWW (World Wide Web) yang tentunya terdapat di dalam Internet. Halaman website biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format Hyper Text Markup Language (HTML), yang bisa diakses melalui HTTP, HTTP adalah suatu protokol yang menyampaikan berbagai informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para user atau pemakai melalui web browser.¹⁰³

Finance Support Officer RZ Palembang mengatakan bahwa,

“Rumah Zakat selain mempunyai jurnal juga memiliki website sebagai penampung segala informasi yang ada, konten-konten seperti layanan RZ, program RZ, dan segala hal yang dimuat dalam profil RZ.”¹⁰⁴

Tim Marketing RZ menambahkan,

¹⁰³ Sora N, *Pengertian Kelompok Sosial Dan Menurut Para Ahli Terlengkap*, diakses dari <http://www.pengertianku.net/>, pada tanggal 15 juli 2016

¹⁰⁴ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

“Website RZ berisi konten yang update dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun berada dengan mengetik situs resmi RZ yakni www.rumahzakat.org.”¹⁰⁵

Donatur RZ juga mengatakan,

“Website yang berisi segala informasi RZ membuat saya semakin meningkatkan *trust* dari konten aksi nyata yang disajikan. Selain itu, sangat memudahkan saya mencari informasi mengenai RZ serta saya juga dapat menyalurkan bantuan melalui website RZ, dengan mengklik *Donate Now* mengisi kelengkapan data dan melakukan proses transfer tanpa harus datang langsung ke lembaga.”¹⁰⁶



Gambar 4 Website RZ Sumber: Situs Resmi Rumah Zakat www.rumahzakat.org

Berdasarkan penjelasan diatas disimpulkan bahwa dengan adanya website resmi RZ masyarakat semakin mudah untuk mengakses informasi yang terkait mengenai RZ. Segala informasi seperti sejarah berdirinya RZ, program-

¹⁰⁵ Wawancara Tim Marketing RZ Palembang, Akbar. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹⁰⁶ Wawancara Donatur RZ Palembang, Ana. Pada tanggal 9 Juni 2016

program RZ, layanan RZ, serta informasi mengenai perkembangan RZ dapat dengan mudah diketahui melalui website resmi RZ (*www.rumahzakat.org*).

d. Laman Sosial/ Media Sosial

Laman sosial/ media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.¹⁰⁷ Ada banyak jenis media sosial sekarang ini seiring dengan kemajuan teknologi di era globalisasi saat ini.

Rumah Zakat dalam memperlancar tujuannya juga menggunakan media sosial dalam bentuk Facebook, Black Berry Message, Twitter, dan Youtube. Media tersebut dibuat untuk menyesuaikan dengan perkembangan yang ada. Dewasa ini media sosial dianggap hal yang telah menjadi bagian hidup. Kemudahan akses, fitur yang menarik, serta kelengkapan informasi menjadi suatu hal yang sangat efektif untuk menarik minat khalayak. Maka dari itu,

¹⁰⁷ Wisnu Iray, *Pengertian Social Media, Social Network, Peran serta Fungsinya*, diakses dari <https://web.facebook.com>, pada tanggal 17 juli 2016

rumah zakat membuat laman sosial yang akan memudahkan staf, donatur dan yang lainnya dalam mengakses informasi lembaga.

Tim Marketing RZ Palembang mengatakan,

“Laman sosial RZ dengan berbagai jenis telah membuat dampak yang besar terhadap RZ. RZ menjadi lebih kreatif, aktif, dan inovatif menyediakan informasi bagi masyarakat. Salah satunya Facebook yang sering disingkat FB ini digunakan oleh RZ untuk memposting aktivitas RZ Palembang. Aktivitas RZ Palembang yang terkini bisa dicari dari FB branch manager RZ Palembang Gustam Sunardi. Beliau memposting kegiatan RZ Palembang di akun pribadinya.”¹⁰⁸

Donatur RZ Palembang juga mengatakan

“RZ menyediakan gambar visual sekaligus penjelasannya. Hal ini membuat saya jatuh hati karena saya lebih menyukai mengakses informasi sesuatu melalui akun instagram yang berisi informasi dengan didampingi fitur gambar. Hal ini membuat saya nyaman dengan layanan informasi yang dibuat RZ berbentuk instagram ini.”¹⁰⁹

Mahasiswa UIN Raden Fatah yang menjadi donatur RZ juga menambahkan,

“Laman sosial RZ yang telah tersedia seperti FB, BBM, Twitter, serta Youtube sangat membantu saya dalam mengefisien waktu dan tempat untuk membayar zakat di RZ. Kemudahan ini sangat saya rasakan dengan segala fitur media sosial yang ada di RZ. bagi saya memberi donatur di RZ sama dengan mudahnya saya memberi like pada akun yang saya kunjungi.”¹¹⁰

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya beragam laman sosial yang digunakan RZ akan semakin memudahkan

¹⁰⁸ Wawancara Tim Marketing RZ Palembang, Akbar. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹⁰⁹ Wawancara Donatur RZ Palembang, Ana. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹¹⁰ Wawancara Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang yang menjadi Donatur RZ Palembang, Ismi. Pada tanggal 9 Juni 2016

masyarakat mengetahui informasi RZ dari media mana saja yang dimiliki oleh berbagai kalangan. Mulai dari FB, BBM, Twitter serta Youtube yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

e. RZ Magazine

Magazine yang dalam bahasa Indonesia berarti majalah, ialah sebuah media publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis (Assegaff, 1983: 127).¹¹¹ Selain memuat artikel, Majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek, gambar, *review*, ilustrasi atau fitur lainnya yang mewarnai isi dari majalah. Oleh karena itu, majalah dijadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari sesuatu hal yang diinginkannya.

Majalah adalah salah satu jenis dari media massa. Majalah terdiri dari sekumpulan kertas cetakan yang disatukan. Tulisan-tulisan di dalam majalah dibuat bukan oleh tulisan tangan, namun oleh suatu mesin cetak. Tidak ada ketentuan baku dalam penyusunan isi sebuah majalah. Majalah biasanya berisi berbagai macam topik tulisan yang sesuai dengan tujuan dan topik dari majalah yang bersangkutan. Bukan hanya terdapat tulisan, di dalam majalah juga ada gambar-gambar yang bertujuan sebagai ilustrasi dari tulisan dan juga bertujuan untuk membuat isi majalah menjadi cantik dan menarik.

¹¹¹ Gessa Natasha, *Analisis Isi Rubrik "Indonesia Banget" Pada Majalah Gogirl! Tahun 2013 Tentang Tradisi Di Indonesia*, E Journal Ilmu Komunikasi (2015), 613-627, diakses dari ejournal.ilkom.fisip-ummul.ac.id, pada tanggal 17 juli 2016

“Windra menyebutkan majalah RZ adalah media cetak yang sangat mendidik karena didalamnya berisi pengetahuan agama mengenai kehidupan tidak hanya soal zakat, ada juga tausiyah/ forum tanya jawab agama, informasi yang kreatif seperti kesehatan serta tips yang menarik.”¹¹²

Lebih lanjut ditambahkan pula oleh Tim Marketing RZ Palembang yang ditemui di ruang kerjanya menjelaskan,

“RZ *magazine* ialah media cetak yang dibuat RZ untuk menambah wawasan para donatur. Rubrik-rubrik yang tersedia dikemas informatif dan menarik sehingga pesan yang ada didalamnya insyallah bisa tersampaikan. RZ *magazine* ialah salah satu sumber informasi bagi para donatur dan masyarakat yang ingin mengetahui tentang RZ. RZ *magazine* tidak hanya mengulas informasi seputar RZ, RZ *magazine* juga membahas rubrik lainnya seperti informasi kesehatan dan fenomena yang sedang hangat di tengah masyarakat.”¹¹³

Donatur RZ juga mengatakan,

“RZ *magazine* merupakan media baca yang membantu khususnya para donatur dalam mengetahui informasi tentang RZ. RZ *magazine* yang diterbitkan setiap bulannya ini membuat informasi sesuai dengan yang dibutuhkan. Misalnya ketika bulan ramadhan maka informasi yang dibuat RZ mengenai hal-hal seputar ramadhan, seperti puasa dan hal lainnya yang relevan. Hal ini sangat menunjang dalam memperkaya wawasan ilmu pengetahuan kami.”¹¹⁴

¹¹² Wawancara dengan Windra, petugas dukungan keuangan sekaligus sebagai teller RZ, Tanggal 9 Juni 2016

¹¹³ Wawancara Tim Marketing RZ Palembang, Akbar. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹¹⁴ Wawancara Donatur RZ Palembang, Ismi. Pada tanggal 9 Juni 2016



Gambar 5 RZ Magazine Sumber: diambil dari situs resmi RZ : www.rumahzakat.org

Dalam penjelasan *RZ magazine* diatas, *RZ magazine* ialah salah satu media baca terbitan RZ berisi rubrik-rubrik yang edukatif, inspiratif serta inovatif. *RZ magazine* tidak hanya mengulas informasi seputar zakat, namun juga berisi informasi lainnya seperti kesehatan dan fenomena yang sedang hangat di masyarakat. Dengan adanya *RZ magazine* donatur yang ingin mengetahui informasi tentang RZ menjadi semakin terbantu dan tidak hanya terkhusus bagi donatur, masyarakat luas juga bisa mengulas informasi yang ada di *RZ magazine*.

4. Penerima (Receiver)

Dalam dunia bisnis masyarakat biasanya diistilahkan dengan sebutan pasar, dalam studi komunikasi disebut khalayak (audience), sementara dalam dunia politik disebut publik. Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat

penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk memengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.¹¹⁵

Ada tiga lapisan yang termasuk kedalam penerima (receiver) RZ. Mereka ialah masyarakat, kelompok dan individu. Ketiganya masing-masing merupakan tonggak keberhasilan program yang ada di RZ, karena dengan pengaruh mereka dampak positif dan negatif diperoleh. Penerima merupakan sasaran dari perencanaan program dan strategi yang telah dibuat.

a. Masyarakat

Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.¹¹⁶ Masyarakat merupakan skala terbesar dalam lingkungan.

Rumah Zakat (RZ) membuat serangkaian program untuk masyarakat Indonesia yang tersebar di seluruh kepulauan Indonesia. Masyarakat yang

¹¹⁵ Hafied Cangara, *Op. Cit*, hlm. 111

¹¹⁶ Nur Aeni, *Pengertian Masyarakat, Kelompok Dan Komunitas*, diakses dari <https://nuraeni1094.wordpress.com>, pada tanggal 17 Juli 2016

merupakan skala terbesar dalam lingkungan menjadi objek penting dalam keberhasilan program. Masyarakat yang tergolong menerima bantuan RZ ialah dari kalangan yang tidak mampu (mustahik). Mustahik akan menerima bantuan RZ dari kategori mana yang akan diverifikasi terlebih dahulu. Verifikasi dilakukan untuk mengetahui bantuan mana yang sesuai untuk diberikan oleh RZ.

Branch manager RZ menerangkan,

“Sebagai pengelola dana zakat, infaq dan shadaqah bertaraf nasional yang telah berpengalaman selama 15 tahun, RZ ingin mewujudkan pemberdayaan yang profesional untuk kemandirian masyarakat Indonesia. Dengan adanya potensi zakat yang besar di negara kita yaitu 217 triliun (Riset Baznas dan FEM IPB tahun 2011), maka kami sangat optimis dapat ikut berkontribusi dalam membangun kesejahteraan bangsa melalui potensi dana zakat. Karena tugas untuk meningkatkan kesejahteraan ini adalah tanggungjawab bersama, oleh karenanya RZ akan mengajak seluruh elemen donatur yang telah bergabung dan juga masyarakat untuk bersama membantu melalui *campaign* BIG Smile Indonesia.”¹¹⁷

Finance of program yang ditemui di ruang kerjanya juga mengatakan,

“Seiring dengan meningkatnya pemahaman dan semangat belajar masyarakat muslim tentang Islam memberikan dampak pada peningkatan jumlah dana yang disalurkan kepada masyarakat yang kurang mampu. Walaupun masih kita temukan ada pembagian dana zakat, infaq dan shadaqah yang dibagikan secara asal dan berdampak kerusakan atau mempersulit masyarakat kurang mampu. Lembaga zakat, infaq dan shadaqah seperti kami (RZ) ingin memberikan pendidikan dan pengelolaan dana yang lebih baik sehingga bisa membantu masyarakat tanpa kita ‘menghinakan’ mereka. Kami terus belajar dan senantiasa melakukan evaluasi agar dalam pengelolaan dana dan penyalurannya bisa lebih baik lagi, baik secara ketepatan sasaran

¹¹⁷ Wawancara Branch Manager RZ Palembang, Gustam Sunardi. Pada tanggal 9 Juni 2016

dan sesuai dengan kaidah syar'i, kami pun bisa mengelolanya sehingga berdampak secara peningkatan ekonomi masyarakat."¹¹⁸

Finance Support Officer RZ mengatakan,

“RZ akan mendata seluruh bagian Indonesia yang masyarakatnya memerlukan bantuan atau tergolong mustahik untuk diberikan bantuan yang dibutuhkan dalam menunjang kehidupan kedepan. Kemarin dikirimkan bantuan pada masyarakat kota Jambi yang terkena polusi udara akibat pembakaran lahan bebas.”¹¹⁹

Dari hasil penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa RZ adalah Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang ingin memberdayakan masyarakat Indonesia melalui *campaign* BIG Smile Indonesia agar bisa hidup lebih baik. RZ memberikan pendidikan dan pengelolaan dana yang baik sehingga bisa membantu masyarakat tanpa ‘menghinakan’ mereka. RZ juga terus belajar dan senantiasa melakukan evaluasi agar dalam pengelolaan dana dan penyalurannya bisa lebih baik lagi, baik secara ketepatan sasaran dan sesuai dengan kaidah syar'i.

b. Kelompok

Kelompok sosial adalah suatu kumpulan orang yang saling bekerjasama, saling berinteraksi dan saling menyadari kepentingan antar sesama anggotanya. Atau definisi kelompok sosial yaitu suatu kesatuan sosial

¹¹⁸ Wawancara Finance Of Program RZ Palembang, R. Enggal Desiyan. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹¹⁹ Wawancara dengan Windra, petugas dukungan keuangan sekaligus sebagai teller RZ, Tanggal 9 Juni 2016

yang terdiri dari dua individu ataupun lebih untuk saling berinteraksi. Kelompok dapat diciptakan oleh anggota masyarakat dan kelompok juga dapat memberikan pengaruh pada perilaku anggotanya. Contoh kelompok sosial misalnya jika berdasarkan tempat seperti RT dan RW, jika berdasarkan suatu ikatan darah seperti keluarga, kerabat dan lain-lain.¹²⁰

Rumah Zakat (RZ) memiliki kelompok sosial yang diperhatikan secara intensif segala aktivitasnya. Kelompok tersebut diberikan berbagai sarana yang ada seperti kegiatan belajar mengajar serta pelatihan keterampilan. Kelompok tersebut oleh RZ dibuatkan wadah gratis bagi masyarakat yang memang tergolong membutuhkan. Kelompok yang diberi naungan tempat tinggal serta tempat pembelajaran.

“Windra mengatakan saat ini telah banyak prestasi yang diraih dari pengembangan kelompok binaan RZ seperti lomba menulis, lomba nasyid, Indonesia *archer school program*, serta lomba olahraga yakni *basket ball*. Kegiatan belajar mengajar serta pelatihan diberikan dan tak lupa nilai islami selalu ditanamkan dalam segala kegiatannya.”¹²¹

Dari penjelasan diatas diketahui bahwa RZ memiliki kelompok binaan yang diberikan perhatian khusus dalam kegiatannya. Dan terbukti keberhasilan RZ dengan hadirnya beberapa siswa juara dalam beragam ajang perlombaan yang diikutinya seperti lomba menulis, lomba nasyid dan lain sebagainya.

¹²⁰ Sora N, *Pengertian Kelompok Sosial Dan Menurut Para Ahli Terlengkap*, diakses dari <http://www.pengertianku.net/>, pada tanggal 15 juli 2016

¹²¹ Wawancara dengan Windra, petugas dukungan keuangan sekaligus sebagai teller RZ, Tanggal 9 Juni 2016

c. Individu

Rumah Zakat (RZ) memiliki objek bagian perorangan dari masyarakat yang disebut individu. Individu yang dimaksud oleh RZ ialah yang tergolong orang yang berhak menerima zakat. Golongan tersebut seperti fakir (orang yang tidak memiliki harta), miskin (orang yang penghasilannya tidak mencukupi), serta riqab (hamba sahaya atau budak). RZ memberikan bantuan langsung kepada individu yang termasuk golongan diatas (mustahiq).

Individu yang mendapat perhatian RZ seperti Pengamen. Pengamen yang tidak dibawah andil pihak manapun/ berdiri sendiri. Sebagaimana yang dikatakan oleh Tim Marketing RZ,

“Pengamen termasuk ke dalam golongan orang yang berhak menerima zakat. Termasuk dalam kategori miskin (orang yang penghasilannya tidak mencukupi), maka dari itu, perlu diberikan santunan berupa zakat.”

Lebih lanjut ditambahkan Finance Support Officer,

“Pengamen perlu kita berikan santunan untuk membantunya dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Penghasilan pengamen yang tidak dapat dibulatkan jumlahnya membuatnya termasuk dalam golongan orang yang berhak menerima zakat.”

Dan hal yang serupa dilengkapi oleh Finance of Program menerangkan,

“Pengamen akan kita berikan bantuan yang bisa digunakannya dalam memperlancar pekerjaannya. Seperti dengan membuat alat bantu mengamen yang lebih layak dikonsumsi publik, misalnya dengan menggunakan gitar. Suara yang cukup disertai dengan alat musik yang mendukung akan menghasilkan hasil yang lebih dari pada sebelumnya.”

Berdasarkan penjelasan tersebut, disimpulkan bahwa RZ memperhatikan bagian kecil dari masyarakat yakni individu. Individu yang tergolong mustahiq diberikan bantuan secara langsung untuk melancarkan penghasilan seperti pengamen. Pengamen diberikan santunan yang diharapkan RZ dapat mendukung pekerjaanya dan menghasilkan hasil yang lebih baik.

5. Pengaruh (Effect)

Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni memengaruhi target sasaran. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan (Stuart dan Jamias dalam Cangara, 2007). Pengaruh sangat penting dalam proses komunikasi. Tujuannya untuk mengetahui berhasil tidaknya kegiatan komunikasi yang dilakukan.¹²²

Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat (*opinion*). Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukan terhadap suatu objek. Dalam banyak hal, terutama yang berkaitan dengan kepercayaan atau

¹²² Hafied Cangara, *Op. Cit*, hlm. 140

ideologi, orang berubah sikap karena melihat bahwa apa yang tadinya dipercaya tidak benar. Oleh karena itu, ia berubah sikap untuk mengganti kepercayaannya. Sementara yang dimaksud dengan perubahan perilaku ialah perubahan yang terjadi dalam bentuk tindakan.¹²³

Rumah Zakat (RZ) dalam beragam aksi yang telah dilakukannya menimbulkan pengaruh baik lembaga maupun muzaki (orang yang berkewajiban membayar zakat). Pengaruh (effect) yang terjadi berdasarkan penelitian yang dilakukan, yakni:

a. Meningkatnya Kesadaran Muzaki

Muzaki ialah orang yang berkewajiban membayar zakat.¹²⁴ Menurut UU No. 23 tentang Pengelolaan Zakat, bahwa zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Maka dari itu, Rumah Zakat (RZ) yang telah diberi kepercayaan oleh pemerintah sejak tahun 2007 menjadi salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) haruslah melakukan aksi nyata terhadap muzaki.

Muzaki yang merupakan subjek dari lembaga penting diberikan beragam informasi mengenai zakat, seperti apa itu zakat, mengapa zakat

¹²³ *Ibid*, hlm. 140

¹²⁴ Nurul Huda dkk, *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset*, (Jakarta: KENCANA, 2015), hlm. 119

dibutuhkan, dan apa dampak positif yang akan diperoleh dari zakat. RZ membuat program dengan tema Gerakan BIG Smile Indonesia yang merupakan Sebuah gerakan pengibaran semangat optimisme bangsa melalui rangkaian gempita aksi senyum pemberdayaan untuk Indonesia yang lebih membahagiakan. Gerakan BIG Smile Indonesia dikibarkan untuk mengajak semua elemen masyarakat agar berkontribusi dalam membangun masa depan yang lebih baik.¹²⁵ Dari sanalah kesadaran muzaki akan pentingnya zakat meningkat.

Finance Of Program mengatakan,

“RZ meningkatkan kesadaran muzaki dari serangkaian program yang telah dibuatnya. Program-program tersebut yakni senyum juara, senyum mandiri, senyum lestari, senyum sehat, senyum ramadhan, dan superqurban. Program tersebut akan didukung oleh saluran (media) yang telah dibuat oleh RZ untuk para mustahiq.”¹²⁶

Sebagaimana yang dikatakan pula oleh Relawan RZ bahwa

“Kesadaran muzaki adalah hal yang prioritas. Untuk itu, RZ membuat berbagai program yang dekat dengan masyarakat. program yang dilakukan telah membuat kesadaran muzaki terbukti dari perkembangan jumlah muzaki yang tercatat di setiap laporan tahunan RZ yang disusun oleh RZ pusat di Bandung.”¹²⁷

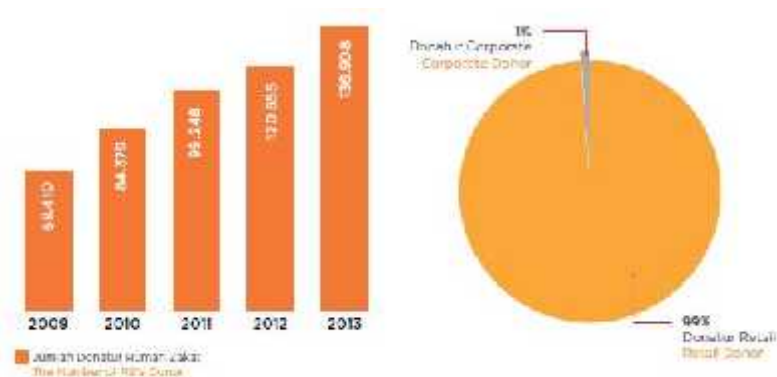
Dari hasil penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kesadaran muzaki meningkat dengan segala kegiatan yang dilakukan RZ didalam programnya.

¹²⁵ Nur Efendi, *Rumah Zakat*, Diakses dari <https://www.rumahzakat.org/>, pada tanggal 9 Desember 2015.

¹²⁶ Wawancara Finance Of Program RZ Palembang, R. Enggal Desiyan. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹²⁷ Wawancara Relawan RZ Palembang, Anti. Pada tanggal 9 Juni 2016

Program-program RZ yakni senyum juara, senyum mandiri, senyum sehat, senyum lestari, senyum ramadhan, dan superqurban. Aksi transparan yang dilakukan RZ dalam setiap programnya telah membuat masyarakat sadar akan keberadaan RZ. Hal itu terbukti dari peningkatan jumlah muzaki setiap tahunnya berdasarkan laporan tahunan yang dibuat RZ.



Gambar 6 Data Progress Muzaki/ Donatur RZ dari tahun 2009-2013
Sumber: Dok. Rumah Zakat Palembang

b. Meningkatnya Kepercayaan Terhadap RZ

RZ percaya bahwa keberlanjutan usaha lembaga sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan dan dukungan yang tinggi dari seluruh elemen. Oleh karena itu diperlukan sebuah pengaturan dan pengendalian mekanisme hubungan antara berbagai pihak yang terkait dengan usaha lembaga serta nilai-nilai yang terkandung dalam praktik penyelenggaraan pengelolaan zakat sesuai syariah dan etika.

Branch manager mengatakan bahwa,

“Dalam hal menjaga amanah terbesarnya sebagai LAZ, RZ mengedepankan laporan yang terbuka kepada setiap elemen. Untuk mengetahui penerapan praktik pengelolaan zakat yang transparan, setiap tahunnya RZ melakukan audit keuangan melalui penilai independen.”¹²⁸

Finance Of Program yang sedang di dalam ruangan yang sama dengan *branch manager* menambahkan,

“Tujuan dilakukan audit keuangan adalah dalam rangka mengetahui potret kondisi penerapan prinsip-prinsip pengelolaan zakat yang sesuai syariah. Sejak tahun 2005 sampai dengan 2013, laporan keuangan RZ berhasil mendapatkan predikat Wajar Tanpa Pengecualian. Serta ISO 9001:2008 untuk kategori *Provision of Distribution of Zakat Services*.”¹²⁹

Dari hasil penjelasan diatas disimpulkan bahwa RZ meningkatkan kepercayaan muzaki dengan memberikan penerapan praktik pengelolaan zakat yang transparan kepada masyarakat. Setiap kinerja RZ disusun kedalam laporan tahunan yang dapat diakses melalui website resmi RZ. Laporan tahunan tersebut menguatkan *trusted* dari masyarakat terhadap RZ. berdasarkan laporan tahunan RZ yang di dalamnya terdapat laporan keuangan, laporan keuangan RZ berhasil mendapatkan predikat Wajar Tanpa Pengecualian sejak tahun 2005 sampai dengan 2013.

¹²⁸ Wawancara Branch Manager RZ Palembang, Gustam Sunardi. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹²⁹ Wawancara Finance Of Program RZ Palembang, R. Enggal Desiyan. Pada tanggal 9 Juni

LAPORAN KEUANGAN YAYASAN RUMAH ZAKAT FINANCIAL STATEMENTS OF RUMAH ZAKAT FOUNDATION

Opini Audit Keuangan Wajar Tanpa Pengecualian
Financial Audit Opinion : Unqualified

1 LAPORAN POSISI KEUANGAN
per Desember 2012 dan 2013

STATEMENTS OF FINANCIAL POSITIONS
As of 31 December 2012 and 2013

	2013	Catatan	2012	
	Rp	Nota	Rp	
ASET				ASSETS
Ases Lancar				Current Assets:
- Kas dan setara kas	20.856.117.630		16.127.527.563	Cash and cash equivalents *
- Deposito berjangka	-		9.385.000.000	Time deposits *
- Piutang	2.736.182.345		225.257.534	Receivables *
- Persediaan	11.790.000		850.748.600	Inventories *
- Uang muka	4.805.156.500		263.549.416	Advances *
- Biaya dibayar dimuka	1.790.934.484		1.939.755.094	Prepaid expenses *
- Investasi	5.000.000		-	Investments *
Jumlah Aset Lancar	30.205.180.959		28.591.838.205	Total Current Assets
Ases Tidak Lancar				Non-Current Assets:
- Ases tetap - bersih setelah akumulasi penyusutan sebesar Rp 4.423.628.063 2012 : Rp 4.120.858.295	2.047.079.251		1.399.456.037	Fixed assets - net of accumulated depreciation of Rp 4.423.628.063 2012 : Rp 4.120.858.295 *
- Deposito yang dijaminan	-		278.000.000	Guaranteed deposit *
- Ases keuangan	3.690.336.380		3.251.336.673	Financial assets *
Jumlah Aset Tidak Lancar	5.737.415.631		4.932.792.910	Total Non-Current Assets
JUMLAH ASET	35.942.596.590		33.528.631.117	TOTAL ASSETS
LIABILITAS DAN DANA				LIABILITIES AND FUND
Liabilitas Jangka Pendek:				Current Liabilities:
- Hutang pajak	29.877.511		2.099.914	Taxes payable *
- Biaya yang masih harus dibayar	874.381.643		60.271.779	Accrued Expenses *
- Hutang leasing - jangka pendek	-		75.004.664	Lease payables - short term *
- Hutang bank-jangka pendek	400.130.360		673.089.349	Bank loans - short term *
- Hutang lain	7.507.911.409		6.957.592.461	Other payables *
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek	8.812.300.923		7.808.057.967	Total Current Liabilities
Liabilitas Jangka Panjang:				Non-Current Liabilities:
- Hutang leasing - setelah bagian jangka pendek	-		129.666.228	Lease payables - net of current portion *
- Hutang Bank - setelah dikurangi bagian jangka pendek	-		400.130.360	Bank loans - net of current portion *
- Kewajiban imbalan pasca kerja	1.724.352.000		2.300.869.000	Post employment benefit obligations *
Jumlah Liabilitas Jangka Panjang	1.724.352.000		2.830.665.588	Total Non-Current Liabilities
Saldo Dana:				Fund Balance:
- Dana zakat	3.368.896.223		2.639.769.122	Zakat funds *
- Dana infaq/sedekah tidak terikat	2.129.708.718		597.594.663	Infaq/Shadaqa unrestricted funds *
- Dana infaq/sedekah terikat	12.642.427.621		13.641.437.246	Infaq/Shadaqa restricted funds *
- Dana amil	7.264.503.957		6.352.214.637	Employees funds *
- Dana non-halal	407.148		174.891.502	Non-halal funds *
Jumlah Dana	25.405.943.667		23.405.907.570	Total Funds
JUMLAH LIABILITAS DAN DANA	35.942.596.590		34.044.631.125	TOTAL LIABILITIES AND FUNDS

LAPORAN PERUBAHAN DANA
Untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2013 dan 2012

STATEMENTS OF CHANGES IN FUNDS
For the years ended 31 December 2013 and 2012

	2013 Rp	Catatan Note	2012 Rp	
DANA ZAKAT				ZAKAT FUNDS
Penartmaan	77.742.417.871		82.553.076.291	Receipts
Penyaluran:				Distributions:
• Program kesehatan	1.937.646.453		2.030.029.678	Health care programs •
• Program pendidikan	1.922.020.926		1.621.890.955	Educational programs •
• Program pemberdayaan ekonomi	1.807.804.597		1.235.146.223	Economic empowerment programs •
• Fisabilillah	728.378.492		114.871.531	Fisabilillah •
• Fakir	2.091.477.498		2.152.999.169	Fakir •
• Ghorimin	-		119.910.000	Ghorimin •
• Amilin	-		29.816.300	Amilin •
• Penyaluran non-cash	156.532.953		184.163.443	Non-cash distribution •
Jumlah Penyaluran	8.643.860.919		7.468.827.299	Total Distributions
• Surplus	69.098.556.952		75.084.248.992	Surplus •
• Alokasi dari (untuk) Dana Amil	(13.595.396.075)		(19.810.266.800)	Allocations from (for) Amil Funds •
• Alokasi dari (untuk) Dana Infaq Terikat	(54.774.033.976)		(54.513.893.629)	Allocations from (for) Restricted Infaq Funds •
• Alokasi dari (untuk) Dana Infaq Tidak Terikat	-		(749.902.652)	Allocations from (for) Unrestricted Infaq Funds •
Kenaikan bersih	729.126.901		10.385.911	Net increase
Saldo awal tahun	2.639.769.322		2.629.583.411	Balance at beginning of year
Saldo Akhir Tahun	3.368.896.223		2.639.769.322	Balance at the End of the Year
DANA INFAQ/SEDEKAH				INFAQ/ SEDEKAH FUNDS
Dana Tidak Terikat				Unrestricted Funds
Penartmaan	31.951.220.510		13.321.601.090	Receipts
Penyaluran:				Distributions:
• Penyaluran untuk dana sosial dan dakwah	5.734.846.928		4.953.385.292	Distribution for social and dakwah funds •
• Penyaluran untuk infrastruktur sosial	11.011.500		269.295.000	Distribution for public infrastructure •
• Infaq & Shodaqoh	506.294.299		59.817.597	Infaq & Shodaqoh •
• Program kesehatan	123.117.161		47.103.540	Health care programs •
• Program pendidikan	1.790.358.698		29.430.161	Educational programs •
• Program pemberdayaan ekonomi	30.598.900		365.453.067	Economic empowerment programs •
• Penyaluran dalam bentuk barang	273.032.550		371.161.400	Non-cash distributions •
Jumlah Penyaluran	8.469.260.037		6.095.646.057	Total Distributions
Surplus (defisit)	23.481.960.473		7.225.955.032	Surplus (deficit)
• Alokasi dari (untuk) dana zakat	-		749.902.652	Allocation from (for) zakat funds •
• Alokasi dari (untuk) dana amil	(8.052.533.351)		(3.550.701.800)	Allocation from (for) amil funds •
• Alokasi dari (untuk) dana infaq terikat	(13.897.313.068)		(4.062.869.028)	Allocations from (for) Restricted Infaq Funds •
Kenaikan (penurunan) bersih	1.532.114.054		362.286.856	Net increase (decrease)
Saldo awal tahun	597.594.664		235.307.808	Balance at beginning of year
Saldo Akhir Tahun	2.129.708.717		597.594.664	Balance at the End of the Year

Lihat catatan atas laporan keuangan yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan secara keseluruhan

See the accompanying notes which form an integral part of these financial statements

	2013 Rp	Catatan Nota	2012 Rp	
Dana Tertikat				Restricted Funds
Penorimaan:				Receipt:
• Penerimaan dana pendidikan	19.372.747.062		26.011.320.002	Receipt of educational funds •
• Penerimaan dana kesehatan	9.375.707.008		9.476.559.937	Receipt of health care funds •
• Penerimaan dana Qurban	19.903.763.273		17.995.455.173	Receipt of qurban funds •
• Penerimaan dana Kemandirian	1.785.540.508		984.010.129	Receipt of economic empowerment funds •
• Penerimaan dana Ramadhan	8.744.728.164		9.661.138.543	Receipt of ramadhan funds •
• Penerimaan dana Integrated Community Development (ICD)	2.543.798.263		3.535.651.834	Receipt of integrated community Development (ICD) funds •
• Penerimaan peny. Nasional	247.260.630		1.283.773	Receipt of national funds •
• Penerimaan dana insidental	3.245.481.656		2.433.547.597	Receipt of incidental funds •
• Penerimaan dana Kepemudaan	447.440.581		1.922.561.693	Receipt of youth care funds •
• Penerimaan dana wakaf	4.622.026.771		5.996.262.923	Receipt of wakaf funds •
• Penerimaan dana Jaminan Sosial	344.954.582		653.665	Receipt of social funds •
• Penerimaan dana SIGI	16.967.000		1.060.287.559	Receipt of aqiqah SIGI •
• Penerimaan dana fidyah	482.425.294		451.674.083	Receipt of fidyah funds •
• Penerimaan dana aqiqah	1.000.000		8.013.176	Receipt of aqiqah funds •
Jumlah Penorimaan	71.133.830.993		79.538.420.088	Total Receipts
Penyaluran:				Distributions:
• Penyaluran untuk dana pendidikan	29.221.550.606		30.983.088.667	Distribution for education •
• Penyaluran untuk dana kesehatan	24.085.880.535		21.411.447.256	Distribution for health care •
• Penyaluran untuk dana qurban	20.029.034.385		17.448.055.083	Distribution for qurban •
• Penyaluran untuk dana kemandirian	13.418.467.285		15.980.269.718	Distribution for economic empowerment •
• Penyaluran untuk dana Ramadhan	7.124.896.952		11.010.837.872	Distribution for Ramadhan •
• Penyaluran untuk dana Integrated Community Development (ICD)	7.731.397.775		4.614.383.598	Distribution for Integrated Community Development (ICD) •
• Dana penyaluran nasional	7.527.512.882		6.649.241.405	National distribution funds •
• Penyaluran untuk dana insidental	2.966.863.600		1.385.620.066	Distribution for incidental •
• Penyaluran untuk dana Kepemudaan	3.193.813.252		2.263.057.125	Distribution for youth care •
• Penyaluran untuk dana wakaf	5.516.616.111		5.984.365.628	Distribution for wakaf •
• Penyaluran Jaminan Sosial	503.407.441		2.345.061.235	Distribution for social protection •
• Penyaluran untuk dana SIGI	1.803.000		673.000.000	Distribution for SIGI •
• Penyaluran untuk dana fidyah	289.817.676		18.835.425	Distribution for fidyah •
• Penyaluran untuk dana aqiqah	1.000.000		2.300.000	Distribution for aqiqah •
Jumlah Penyaluran	121.612.061.301		120.769.363.078	Total Distributions

• Defisit	(50.478.230.308)	(41.230.942.991)	Deficit
• Alokasi dari (untuk) dana zakat	54.774.033.976	54.513.893.629	Allocation from (for) zakat funds
• Alokasi dari (untuk) dana infaq tidak terikat	13.897.313.068	4.062.869.028	Allocations from (for) Unrestricted Infaq Funds
• Alokasi dari (untuk) dana amil	(19.192.126.360)	(18.377.979.388)	Allocation from (for) amil funds
• Alokasi dari (untuk) dana non halal	-	-	Transfer between funds
Penurunan bersih	(999.009.624)	(1.032.159.722)	Net decrease
Saldo awal tahun	13.641.437.246	14.673.596.967	Balance at beginning of year
Saldo Akhir Tahun	12.642.427.621	13.641.437.246	Balance at the End of the Year
DANA AMIL			AMIL FUNDS
Penerimaan			Receipt
• Penjualan aset	80.382.527	613.625.070	Receipt from disposal assets
• Penerimaan dari donatur	472.634.065	93.492.106	Receipts of donations
• Bagi hasil bank	281.967.981	64.781.843	Revenue sharing from bank
• Penerimaan sumbangan khusus	-	948.693.899	Receipt from special donation
• Kenaikan nilai aktiva	-	418.000.000	Increase assets
• Penerimaan lain-lain	4.803.876.914	65.542.000	Others
Jumlah Penerimaan	5.638.861.488	2.204.134.919	Total Receipt
Penggunaan			Disbursements
• Amil	9.767.596.800	6.812.222.883	Employee
• Gaji dan Tunjangan	12.122.311.557	12.482.659.727	Salary and wages
• Operasional pengelolaan	12.944.639.618	10.425.528.136	Operating expenses
• Beban iklan dan marketing	6.841.750.867	5.436.238.559	Advertising and marketing expenses
• Penyusutan aset tetap	555.318.389	652.018.807	Depreciation of fixed assets
• Beban sewa	2.213.107.940	1.661.131.776	Rent expenses

Lihat catatan atas laporan keuangan yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan secara keseluruhan

See the accompanying notes which form an integral part of these financial statements

	2013	Catatan	2012	
	Rp	Note	Rp	
• Beban pelatihan	1.000.304.291		588.153.050	Training and development expenses
• Lain-lain	22.544.500		13.556.758	Others
• Beban bunga	92.496.142		55.414.691	Interest expenses
• Beban asuransi	558.052		5.394.019	Insurance expenses
• Penyediaan awal	-		336.773.727	Acquisition of assets
Jumlah Penggunaan	45.565.628.156		39.253.072.132	Total Disbursements
• Defisit	(39.927.766.668)		(36.048.937.213)	Deficit
• Alokasi dari dana zakat	13.595.296.075		13.810.266.600	Allocation from zakat funds
• Alokasi dari dana infaq tidak terikat	8.052.533.351		3.550.701.600	Allocation from unrestricted infaq funds
• Alokasi dari dana infaq terikat	19.192.126.360		18.377.979.388	Allocation from restricted infaq funds
• Transfer antar dana	-		-	Transfer between funds
Penurunan bersih	912.292.118		5.690.010.776	Net decrease
Saldo awal tahun	6.352.214.839		6.622.204.064	Balance at beginning of year
Saldo akhir tahun	7.264.503.957		5.352.214.839	Balance at the End of the Year
DANA NON-HALAL				NON-HALAL FUNDS
Penerimaan				Receipt
• Bunga	37.339.247		109.268.252	Interest
• Penerimaan lainnya	66.819.050		84.260.924	Others
Jumlah Penerimaan	104.158.297		193.529.176	Total Receipt
Penggunaan				Disbursements:
• Perbaikan sarana umum	138.754.650		15.000.000	Public facilities maintenance
• Biaya bank	139.888.000		301.379.627	Bank charges
Jumlah Penggunaan	278.642.650		322.379.627	Total Disbursements
Surplus (Defisit)	(174.484.353)		(128.850.451)	Surplus (Deficit)
Saldo awal tahun	14.891.502		303.741.953	Balance at beginning of year
Saldo Akhir Tahun	40.148		174.891.502	Balance at the end of the year

III LAPORAN BERDIRIHAN ASET KEUANGAN		STATEMENTS OF CHANGES IN ASSET MANAGEMENT					
Untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2013 dan 2012		For the years ended 31 December 2013 and 2012					
Keterangan	Saldo Awal	Penambahan	Pengurangan	Akm. Penyusutan	Akn. Penyisihan	Saldo Akhir	Description
	Beginning Balance	Additional	Deduction	Accumulated Depreciation	Allowance Accumulation	Ending Balance	
Dana Infaq Terikat							Infaq Fund
• RAUD Juara	596.833.333	-	-	37.000.000	-	609.833.333	RAUD Juara
• Laptop	-	7.005.000	-	-	-	5.672.500	Laptop
• Wakaf Tanah	-	255.000.000	-	1.333.500	-	255.000.000	Wakaf Tanah
• Wakaf Motor	-	8.200.000	-	-	-	8.200.000	Wakaf Motor
Dana Infaq Tidak Terikat							Unrestricted Infaq Fund
• Laptop	-	2.300.000	-	555.555	-	1.666.667	Laptop
• Motor	-	8.500.000	-	1.415.667	-	7.081.333	Motorcycle
Dana Zakat							Zakat Fund
• SMP Juara Bandung	1.658.533.540	-	-	87.289.666	-	1.571.243.880	SMP Juara Bandung
• rumah	-	400.000.000	-	10.355.355	-	389.644.645	house
• Tanah	900.000.000	250.000.000	-	-	-	1.150.000.000	Land
Jumlah	3.255.336.873	572.005.000	-	117.905.403	-	3.690.336.380	Total

Laporan Keuangan Rumah Zakat telah diaudit oleh KAP. Kanaka Puradireja, Suhartono dengan opini WAJAR TANPA PENGECUALIAN.

Chief Executive Officer
Rumah Zakat,


Nur Efendi

Dewan Pembina
Rumah Zakat,


Ust. Yayan Sormantri

Dewan Pengawas Syariah
Rumah Zakat,


Kardita Kintabuwana, Lc. MA



Gambar 7 Laporan Tahunan RZ 2013
Sumber: Dok. Rumah Zakat Palembang

2. Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor Pendukung

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aset penting bagi organisasi sebagai human capital. Oleh sebab itu RZ membangun sistem pengelolaan SDM dengan menerapkan suatu sistem standar yang digunakan untuk menjadikan amil berkualitas dan kompeten melalui pengembangan amil yang bersifat komprehensif dan terintegrasi. Pencapaian kinerja keuangan, operasional dan penyaluran setiap

tahunnya telah didukung oleh ketersediaan SDM yang memadai baik dari sisi kuantitas maupun kualitas.¹³⁰

Finance Support Officer RZ Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Salah satu faktor kunci keberhasilan pencapaian visi dan misi RZ adalah kualitas sumber daya manusia. Karenanya program pemenuhan dan pengembangan kompetensi dibentuk sebagai wujud perhatian lembaga dalam meningkatkan pelayanan kepada amil. Program tersebut berupa pelatihan dan pembinaan baik bagi amil baru maupun amil lama agar diperoleh sumber daya manusia yang potensial, unggul, handal dan sesuai dengan harapan RZ.”¹³¹

Berdasarkan penjelasan diatas, disimpulkan bahwa RZ telah mengembangkan sistem Manajemen Sumber Daya Manusia berbasis kompetensi dalam merencanakan, merekrut dan menyeleksi SDM.

2. Fasilitas Lembaga

Hingga akhir 2014, RZ telah memiliki 51 kantor jaringan *representative* yang terdapat di 39 kota besar di Indonesia, lembaga memberikan kemudahan pelayanan bagi masyarakat yang ingin langsung berkomunikasi dengan petugas di Cabang.¹³² Seiring dengan perkembangan teknologi informasi RZ juga membangun sarana

¹³⁰ *Op.Cit*

¹³¹ Wawancara Finance Support Officer RZ Palembang, Windra. Pada tanggal 9 Juni 2016

¹³² Sumber: RZ Cabang Palembang Rayon Basuki Rahmat.

komunikasi seperti facebook, twitter, email, sms, telpon dan *live chat* untuk mempermudah pelayanan.

Keterbukaan informasi yang terjadi pada era ini juga menjadi akses bagi lembaga sebagai sarana untuk memberikan informasi implementasi pemberdayaan melalui social media (twitter, facebook) secara update. Hingga akhir 2014 jumlah follower twitter RZ telah mencapai 101.406 follower dan fanspage Facebook telah mencapai 215.284 like. Selain sarana pemasaran, media sosial juga digunakan untuk menjalin komunikasi dua arah antara masyarakat dengan lembaga. Dalam rangka transparansi laporan, RZ melakukan update informasi secara harian dan berkala. Untuk informasi yang di update harian, para stakeholder bisa melihatnya di website www.rumahzakat.org, twitter dan facebook. Sementara untuk informasi yang di update secara berkala, lembaga menerbitkan RZ Magz, yaitu majalah bulanan yang terbit 1 bulan sekali dan diberikan kepada donatur yang berdonasi melalui kantor cabang.

b. Faktor Penghambat

1. Inovasi Program

RZ sebagai salah satu lembaga amil nasional haruslah memberikan yang terbaik untuk masyarakat. Salah satu upaya yang

biasa dilakukan lembaga nirlaba seperti RZ ialah inovasi program. Inovasi program merupakan taktik jitu untung bersaing dengan lembaga nirlaba lainnya. Meskipun teknik pembaruan program bisa dijadikan daya tarik masyarakat, tetapi hal ini juga bisa merupakan faktor penghambat perkembangan lembaga.

Hal tersebut dikarenakan inovasi program dapat menimbulkan beberapa permasalahan seperti program yang tidak sesuai dengan minat masyarakat, lembaga yang hanya fokus terhadap kegiatan program, serta program yang tidak relevan dengan karakter lembaga pada umumnya. Hal ini merupakan permasalahan yang bisa menghambat perkembangan lembaga. Masyarakat yang menjadi objek sasaran harus diutamakan karena keberhasilan lembaga dapat ditentukan oleh masyarakat.

2. Pengetahuan Masyarakat yang Kurang

Masyarakat yang menjadi objek sasaran pendistribusian zakat, infak, dan shodaqoh merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada lembaga. Masyarakat yang tidak memiliki keterbukaan untuk menerima informasi baik secara langsung maupun tidak langsung adalah faktor penghambat perkembangan lembaga.

Pengetahuan masyarakat yang kurang mengenai zakat akan membuat ketidaksadaran kewajiban berzakat. Pada dasarnya masyarakat yang tergolong mampu dan sudah mencapai batas *nishab* (batas minimal) dalam waktu tertentu diwajibkan mengeluarkan zakat untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya.¹³³ Begitu pula pada sasaran pendistribusian, masyarakat yang tidak mengetahui kepentingan zakat akan menghambat proses pendataan lembaga dalam mengelola dana zakat. Hal ini sangatlah membutuhkan atensi yang krusial, untuk itu evaluasi perkembangan lembaga harus selalu dilakukan peningkatan baik secara SDM maupun infrastruktur lembaga.

¹³³ *Op.Cit*, hal. 5

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel 1

Rekapitulasi Hasil Penelitian

No	Dimensi	Indikator	Rekapitulasi	Hasil
1	Komunikator (Sender)	1. <i>Branch Manager</i> RZ	<i>Branch manager</i> RZ adalah seorang komunikator RZ yang mempunyai kewajiban untuk mengelola dan mengawasi kinerja operasional yang dilakukan oleh Rumah Zakat dan sebagai member off di daerah tersebut. Branch manager RZ memiliki tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (kredibilitas), kredibilitas seseorang dapat diperoleh dari kompetensi (competence). Branch manager RZ ialah seorang yang memiliki kompetensi. Hal itu, dapat dibuktikan dari segala aktivitas RZ yang mencangkup organisasi akan diserahkan kepada branch manager, sebelum akhirnya diserahkan kepada RZ pusat di Bandung.	Baik
		2. Amil Zakat RZ	Amil zakat RZ ialah komunikator yang diamanahkan kepada seluruh stafnya untuk menghimpun, mengelola dan menyalurkan zakat. Amil zakat RZ dibina agar memiliki dedikasi, loyalitas yang tinggi, semangat kebersamaan, keikhlasan, dan kerja keras serta keinginan untuk memberikan yang terbaik bagi RZ, melalui pengembangan yang bersifat komprehensif dan terintegrasi. Hal tersebut sebagai modal yang harus dipenuhi sebagai komunikator RZ.	Baik
2	Pesan (Message)	1. Senyum Juara	Senyum juara RZ mendapatkan tanggapan yang baik dari masyarakat diketahui dari jumlah peningkatan siswa sekolah juara setiap tahunnya. Angka yang mengalami peningkatan tiap tahunnya membuktikan bahwa program senyum juara berisi program yang bagus dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam, maka nilai-nilai islam sangatlah tepat diberikan oleh RZ.	Baik
		2. Senyum Mandiri	program senyum mandiri dibuat untuk memberdayakan masyarakat agar kreatif, inovatif dan produktif yang dirangkum	Baik

			dalam metode membina serta mendampingi. Hasilnya program ini mampu mengurangi angka pengangguran dengan menciptakan wirausahawan mandiri yang sukses dalam bidangnya.	
		3. Senyum Sehat	Senyum sehat RZ berjalan dengan tanggapan yang baik karena telah banyak bantuan layanan kesehatan yang tersebar hampir di seluruh kepulauan Indonesia. Hal tersebut dikuatkan pula dari bantuan layanan kesehatan yang diberikan oleh RZ melayani segala umur dari mulai balita sampai tua renta.	Baik
		4. Senyum Lestari	Senyum lestari RZ telah berdampak yang baik untuk masyarakat dengan menciptakan segala fasilitas dan sarana kesehatan yang sangat dibutuhkan. Program ini adalah program yang sangat baik karena turut melestarikan lingkungan sebagai tempat tinggal seluruh makhluk hidup yang ada, sebagai warisan dunia, dan untuk masa depan generasi yang akan datang.	Baik
		5. Senyum Ramadhan	program senyum ramadhan adalah aksi keberkahan yang baik, yang mana dilakukan setiap bulan ramadhan. Program Berbagi Berkah Ramadan telah menghadirkan banyak senyuman bagi para penerima manfaat di seluruh Nusantara. Hal tersebut berdasarkan data di Tahun 2013 yang dikatakan diatas bahwa RZ telah mewujudkan senyuman dari 123.759 penerima manfaat yang tersebar di seluruh nusantara Indonesia.	Baik
		6. Superqurban	Superqurban adalah program hasil olahan produk pangan oleh RZ yang baik untuk memberikan gizi kepada warga masyarakat yang terpelosok dan tergolong tidak mampu. Hal ini dilakukan agar perkembangan pertumbuhan warga negara Indonesia tidak terhambat dan tumbuh menjadi generasi yang berkualitas dengan gizi yang baik dengan produk superqurban yang telah teruji secara klinis serta halal untuk dikonsumsi.	Baik
3	Saluran (Media)	1. E-Journal RZ	E-Journal ialah salah satu produk RZ yang membantu menyampaikan pesan kepada	Baik

			masyarakat melalui saluran elektronik. Hal ini memudahkan masyarakat yang ingin mengakses informasi mengenai RZ dengan efisien. Hanya dengan mengunjungi situs resmi RZ www.rumahzakat.org .	
		2. Jurnal RZ	Jurnal RZ berisi aktivitas harian RZ. Aktivitas harian tersebut sebagai langkah RZ untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya membantu sesama makhluk hidup yang dimuat dalam serangkaian program di RZ.	Baik
		3. Website RZ	Dengan adanya website resmi RZ masyarakat semakin mudah untuk mengakses informasi yang terkait mengenai RZ. Segala informasi seperti sejarah berdirinya RZ, program-program RZ, layanan RZ, serta informasi mengenai perkembangan RZ dapat dengan mudah diketahui melalui website resmi RZ (www.rumahzakat.org).	Baik
		4. Laman Sosial RZ	Dengan adanya beragam laman sosial yang digunakan RZ akan semakin memudahkan masyarakat mengetahui informasi RZ dari media mana saja yang dimiliki oleh berbagai kalangan. Mulai dari FB, BBM, Twitter serta Youtube yang dapat diakses kapan saja dimana saja.	Baik
		5. <i>RZ Magazine</i>	RZ magazine ialah salah satu media baca terbitan RZ berisi rubrik-rubrik yang edukatif, inspiratif serta inovatif. RZ magazine tidak hanya mengulas informasi seputar zakat, namun juga berisi informasi lainnya seperti kesehatan dan fenomena yang sedang hangat di masyarakat. Dengan adanya RZ magazine donatur yang ingin mengetahui informasi tentang RZ menjadi semakin terbantu dan tidak hanya terkhusus bagi donatur, masyarakat luas juga bisa mengulas informasi yang ada di RZ magazine.	Baik
4	Penerima (Receiver)	1. Masyarakat	RZ ingin memberdayakan masyarakat Indonesia melalui campaign BIG Smile Indonesia agar bisa hidup lebih baik. RZ memberikan pendidikan dan pengelolaan dana yang baik sehingga bisa membantu masyarakat tanpa ‘menghinakan’ mereka.	Baik

			RZ juga terus belajar dan senantiasa melakukan evaluasi agar dalam pengelolaan dana dan penyalurannya bisa lebih baik lagi, baik secara ketepatan sasaran dan sesuai dengan kaidah syar'i.	
		2. Kelompok	RZ memiliki kelompok binaan yang diberikan perhatian khusus dalam kegiatannya. Dan terbukti keberhasilan RZ dengan hadirnya beberapa siswa juara dalam beragam ajang perlombaan yang diikutinya seperti lomba menulis, lomba nasyid dan lain sebagainya.	Baik
		3. Individu	RZ memperhatikan bagian kecil dari masyarakat yakni individu. Individu yang tergolong mustahiq diberikan bantuan secara langsung untuk melancarkan penghasilan seperti pengamen. Pengamen diberikan santunan yang diharapkan RZ dapat mendukung pekerjaannya dan menghasilkan hasil yang lebih baik.	Baik
5	Pengaruh (Effect)	1. Meningkatnya Kesadaran Muzaki	Kesadaran muzaki meningkat dengan segala kegiatan yang dilakukan RZ didalam programnya. Program-program RZ yakni senyum juara, senyum mandiri, senyum sehat, senyum lestari, senyum ramadhan, dan superqurban. Aksi transparan yang dilakukan RZ dalam setiap programnya telah membuat masyarakat sadar akan keberadaan RZ. Hal itu terbukti dari peningkatan jumlah muzaki setiap tahunnya berdasarkan laporan tahunan yang dibuat RZ.	Baik
		2. Meningkatnya kepercayaan terhadap RZ	RZ meningkatkan kepercayaan muzaki dengan memberikan penerapan praktik pengelolaan zakat yang transparan kepada masyarakat. Setiap kinerja RZ disusun kedalam laporan tahunan yang dapat diakses melalui website resmi RZ. Laporan tahunan tersebut menguatkan trusted dari masyarakat terhadap RZ. berdasarkan laporan tahunan RZ yang di dalamnya terdapat laporan keuangan, laporan keuangan RZ berhasil mendapatkan predikat Wajar Tanpa Pengecualian sejak tahun 2005 sampai dengan 2013.	Baik

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi disimpulkan bahwa elemen-elemen komunikasi yakni komunikator, pesan, saluran, penerima, dan pengaruh sudah baik dilakukan oleh RZ Palembang, karena karena semua elemen yang ada mampu terintegrasi dengan baik yang didukung oleh sarana yang tersedia di RZ. Sarana tersebut meliputi media komunikasi yang digunakan RZ dalam menunjang kinerjanya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penulisan skripsi ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Komunikator RZ Palembang yang meliputi *branch manager* dan amil zakat sudah melakukan tugas dan fungsinya dengan baik.
2. Pesan RZ Palembang yang tertuang di dalam serangkaian programnya yang meliputi, senyum juara, senyum sehat, senyum lestari, senyum mandiri, senyum ramadhan, dan *superqurban* sudah berjalan dengan baik.
3. Saluran (Media) RZ Palembang yang meliputi *E-journal* RZ, Jurnal RZ, RZ *Magazine*, Website RZ, dan Laman sosial RZ (fb, twitter, instagram, dan youtube) sudah berjalan dengan baik menyediakan informasi seputar RZ dan hal lainnya untuk dikonsumsi baik para donatur maupun masyarakat luas.
4. Penerima RZ Palembang yang meliputi masyarakat, kelompok, dan individu sudah diberi perhatian yang baik oleh RZ. Masyarakat, kelompok dan individu yang tergolong mustahiq.
5. Pengaruh RZ Palembang dari kegiatan sosialisasi komunikasi yang dilakukan memperoleh respon yang baik. hal tersebut terbukti dari jumlah muzaki yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya tidak hanya di wilayah Palembang saja yang mencangkup perhitungan, wilayah lainnya

seperti Medan, Surabaya, Padang, dan Bandung juga menjadi perhitungan kalkulasi peningkatan jumlah muzaki.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian diatas, penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Untuk Rumah Zakat (RZ), dengan keberadaan individual yang didukung oleh sarana-sarana RZ, agar semakin meningkatkan eksistensinya supaya masyarakat semakin mengetahui RZ, dan sadar akan pentingnya zakat.
2. Untuk muzaki, agar selalu beristiqomah dalam memberikan zakat, infaq, dan shodaqoh. Yakin serta percaya kepada lembaga bahwa dana yang dihimpun disalurkan tepat sasaran dan berfaedah.
3. Untuk mustahiq, agar mendukung kinerja LAZNAS yakni dengan bersedia menerima bantuan yang diberikan oleh RZ.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2007. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Cet ke-22*. Bandung: Rosdakarya.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Gunawan, Imam. 2015. *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Teori dan Praktik Cet ke-3*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hafidhuddin. 2002. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Gema Insani.
- Huda, Nurul dkk. 2015. *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset*. Jakarta: Kencana.
- Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Keraf, Gorys. 1989. *KOMPOSISI Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. Ende: Nusa Indah.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lakitan, Benyamin., dkk. 1998. *Metodologi Penelitian*. Inderalaya: Universitas Sriwijaya.
- Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mannan, M. A. 1986. *Islamic Econimics: Theory and Practice*. Cambridge: Hodder and Stroughton.

- Mulyana, Dedy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, Cholid dkk. 2009. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indah.
- Porter, Richard E dan Larry A. Samovar . 1982. “*Approaching Intercultural Communication*” Edisi ke-3. Belmont California: Wadsworth.
- Priansa, Donni Juni dan Agus Garnida. 2015. *Manajemen Perkantoran Efektif, Efisien, dan Profesional*. Bandung: Alfabeta.
- Rais, Muhammad. 2014. *Fiqh Ibadah*. Jakarta: PT. Fathan Prima Media.
- Shalehuddin, Wawan Shofwan. 2011. *Risalah Zakat: Infak & Shadaqah*. Bandung: Tafakur
- Skripsi Edi Saputra. 2008. Dengan judul “Efektifitas Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Struktural (studi Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang)”. Universitas Raden Fatah Palembang.
- Skripsi Mr. Arafan Samusor. 2009. Dengan judul “Peranan Komunikasi Organisasi Persatuan Mahasiswa Selatan (Permas) Terhadap Masyarakat Dalam Mengatasi Konflik di Patani (Selatan Thailand)”. Universitas Raden Fatah Palembang.
- Skripsi Amrullah Pandu Setiawan. 2010. Dengan judul “Strategi komunikasi pondok pesantren Ar-Riyadh dalam pembinaan akhlak pada masyarakat lingkungan 13 ulu Palembang”. Universitas Raden Fatah Palembang.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sumadiria, Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Masa*. Bandung: PT.Simbiosa

Syami, Nina W. 2013. *Model-Model Komunikasi Prespektif Pohon Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

T, Ridlo M. 2007. *Zakat Profesi & Perusahaan*. Jakarta: Institut Manajemen Zakat.

Zuhayly. 2008. *Zakat: Kajian Berbagai Mazhab* diterjemahkan Agus Effendy. Bandung: Remaja Rosdakarya

Www.aminawm.wordpress.com.

Www.alaaamendah.blogspot.co.id

Www.ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id

Www.pusat.baznas.go.id.

Www.nuraeni1094.wordpress.com

Www.rumahzakat.org.

Www.facebook.com.

Www.yenizenovitha.blogspot.co.id.

DAFTAR KONSULTASI

Nama : **ULFA SAFIRA**
NIM : 12 51 0073
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ KPI
Judul : Strategi Komunikasi Rumah Zakat dalam Mempromosikan
BIG SMILE INDONESIA di Kota Palembang

Pembimbing I : Drs. Syahir Badruddin, M. Si.

No	Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf

DAFTAR KONSULTASI

Nama : **ULFA SAFIRA**
NIM : 12 51 0073
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ KPI
Judul : Strategi Komunikasi Rumah Zakat dalam Mempromosikan
BIG SMILE INDONESIA di Kota Palembang

Pembimbing II : Mohd. Aji Isnaini, MA.

No	Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, kami penguji I dan penguji II Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dengan ini menerangkan:

Nama : Ulfa Safira
Nim : 1251 00 73
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Rumah Zakat Dalam Mempromosikan
“BIG SMILE INDONESIA” Di Kota Palembang.

Telah melakukan perbaikan skripsi pada hari Kamis tanggal 29 September 2016, yaitu sebagai berikut:

1. Penghapusan kata program pada judul besar skripsi.
2. Penyempitan Motto dan Persembahan dari 2 halaman menjadi 1 halaman.
3. Penambahan pembahasan pada bab IV yang berisi penjelasan rumusan masalah bagian 2.

Palembang 17 Oktober 2016

Penguji I

Penguji II

Dr. Hamidah, M. Ag
NIP. 196610011 199103 2 001

Manalullaili, M. Ed
NIP. 19720415 200312 2 003

PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

Lampiran : -
Hal : Penjilidan Skripsi

Kepada Yth.
Bapak Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Raden Fatah
Palembang

Assalammua'laikum Wr. Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah mengadakan koreksi dan penilaian terhadap naskah skripsi berjudul: **Strategi Komunikasi Rumah Zakat Dalam Mempromosikan "BIG SMILE INDONESIA" Di Kota Palembang.**

Yang ditulis oleh:

Nama : Ulfa Safira
Nim : 12 51 0073
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Sebagaimana yang disarankan dalam Ujian Munaqosyah pada tanggal 29 September 2016. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat dijilid dan digandakan dalam rangka persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu sosial.

Wassalammua'laikum Wr. Wb

Palembang 17 Oktober 2016

Penguji I

Penguji II

Dr. Hamidah, M. Ag
NIP. 196610011 199103 2 001

Manalullaili, M. Ed
NIP. 19720415 200312 2 003

PEDOMAN WAWANCARA

NO	PERTANYAAN	INFORMAN
1	Apakah <i>branch manager</i> menjadi komunikator RZ?	<i>Branch manager</i> RZ, Finance Of Program, Tim Marketing RZ
2	Apakah amil zakat menjadi komunikator RZ?	Finance Support Officer, Finance Of Program, <i>Branch Manager</i> RZ
3	Apakah program senyum juara RZ dan bagaimana pelaksanaannya?	Finance Support Officer, <i>Branch Manager</i> , Tim Marketing RZ
4	Apakah program senyum sehat RZ dan bagaimana pelaksanaannya?	Finance Support Officer, Finance Of Program, Tim Marketing RZ
5	Apakah program senyum lestari RZ dan bagaimana pelaksanaannya?	Finance Support Officer, Tim Marketing RZ, SICO RZ
6	Apakah program senyum sehat RZ dan bagaimana pelaksanaannya?	Finance Support Officer, Finance Of Program, Tim Marketing RZ
7	Apakah program senyum ramadhan RZ dan bagaimana pelaksanaannya?	Finance Support Officer, Tim Marketing RZ
8	Apakah program superqurban RZ dan bagaimana pelaksanaannya?	Finance Support Officer, Finance Of Program, <i>Branch Manager</i> RZ
9	Bagaimana media e-Journal RZ dalam mempromosikan program “Big Smile Indonesia”?	Finance Support Officer, Finance Of Program, Donatur RZ

10	Bagaimana media jurnal RZ dalam mempromosikan program “Big Smile Indonesia”?	Finance Support Officer, Finance Of Program, Tim Marketing RZ
11	Bagaimana media website RZ dalam mempromosikan program “Big Smile Indonesia”?	Finance Support Officer, Tim Marketing RZ, Donatur RZ
12	Bagaimana media laman sosial RZ dalam mempromosikan program “Big Smile Indonesia”?	Tim Marketing RZ, Donatur RZ
13	Bagaimana media RZ <i>magazine</i> dalam mempromosikan program “Big Smile Indonesia”?	Finance Support Officer, Tim Marketing RZ, Donatur RZ
14	Siapa penerima RZ dalam lingkup masyarakat?	Finance Support Officer, Finance Of Program, <i>Branch Manager</i> RZ
15	Siapa penerima RZ dalam lingkup kelompok?	Finance Support Officer
16	Siapa penerima RZ dalam lingkup individu?	Finance Support Officer, Finance Of Program, Tim Marketing RZ
17	Bagaimana langkah RZ dalam meningkatkan kesadaran muzaki?	Finance Of Program, Relawan RZ
18	Bagaimana langkah RZ dalam meningkatkan kepercayaan terhadapnya?	Finance Of Program, <i>Branch manager</i> RZ

Daftar Riwayat Hidup
Curriculum Vitae

Data Pribadi/ Personal Detail

Nama/ *Name* : Ulfa Safira
Alamat/ *Address* : Jl. Tanjung Pinang No. 85 Rt. 31 Rw. 007
Kel. Bukit Sangkal Kec. Kalidoni, Palembang.
Nim : 12 51 0073
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Jenis Kelamin/ *Gender* : Perempuan
Tempat Tanggal Lahir : Palembang, 2 Oktober 1994
Agama/ *Religion* : Islam
Status : Belum Menikah
Warga Negara/ *Nationality* : Indonesia
No. Telp/ *Phone* : 0822-8228-2699
Email : *Ulfaright94@gmail.com*

Nama Orang Tua
Ayah : Mohd. Syafei
Ibu : R. A Suhartina
Alamat Orang Tua : Jl. Tanjung Pinang No. 85 Rt. 31 Rw. 007
Kel. Bukit Sangkal Kec. Kalidoni, Palembang.

Riwayat Pendidikan dan Pelatihan
Jenjang Pendidikan

Periode			Sekolah	Jurusan
2000	-	2006	SDN 119 Palembang	-
2006	-	2009	SMPN 38 Palembang	-
2009	-	2012	SMA Bina Cipta Palembang	IPS

Pendidikan Non Formal/ Training-Seminar

1. 2010-Sosialisasi dan Edukasi Proses Komunikasi Global PT Bakrie Telkom
2. 2012-Acara Mahasiswa Perkenalan Akademik UIN Raden Fatah Palembang
3. 2013-Workshop Seputar Indonesia Goes To Kampus
4. 2014-Student Of BEC
5. 2014-Partisipan Pesantren Ramadhan Yayasan Pon-pes Darunur Almusthafa dan Forum Pesantren Sumsel
6. 2014-Seminar Peran Komisi Penyiaran Indonesia Dalam Mensukseskan Pemilihan Presiden 2014
7. 2014-Seminar Bedah Buku: Presiden Negarawan “Belajar Merawat Indonesia”
8. 2014-Workshop Penulisan skenario FFI 2014
9. 2014-Konferensi Islam dan Peradaban HTI Sumsel
10. 2015-Seminar Beasiswa “ Tips Jitu Kuliah S1-S3 Dalam & Luar Negeri