

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin banyaknya lembaga zakat yang berkembang di Indonesia memudahkan untuk berzakat, akan tetapi hal tersebut menimbulkan penyalahgunaan bantuan sosial yang seharusnya di salurkan kepada orang yang berhak menerima. Seperti pada awal Juli tahun 2022, Aksi Cepat Tangap (ACT) menjadi perhatian publik. Lembaga filantropi yang menghimpun donasi dari masyarakat untuk program kemanusiaan diduga menggelapkan dana. Informasi ini berawal dari majalah Tempo edisi 2 Juli 2022 yang berjudul Kantong Bocor Dana Umat.

Dalam strategi tersebut, public relation memiliki peran penting dan tidak bisa diabaikan. Menurut Frank Jefkins, public relation adalah komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara organisasi dengan anggotanya atau organisasi dengan khalayak untuk mencapai tujuan yang sudah terencanakan. (Jefkins & Yadin, 2003) Dalam mencapai tujuannya seorang public relations harus menyiapkan strategi dalam setiap kegiatan dan programnya, strategi penting demi menjalin hubungan yang baik antara lembaga dan untuk membentuk citra positif di masyarakat

Strategi Public Relations (PR) atau hubungan masyarakat adalah elemen penting dalam mendukung keberhasilan organisasi, termasuk lembaga filantropi seperti Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU). Di tengah dinamika sosial dan ekonomi yang terus berkembang, peran LAZISMU sebagai lembaga yang bertanggung jawab

dalam pengumpulan dan distribusi zakat, infak, dan sedekah menjadi sangat krusial.

Lazismu adalah organisasi kelembagaan zakat yang bernaung di bawah Muhammadiyah dan memiliki khidmat terkait upaya memberdayakan masyarakat.(Lazismu, 2021) Hal ini dilakukan melalui program Lazismu yang meningkatkan daya guna dengan produktivitas pada dana ZIS yang diperoleh maupun dana yang didapatkan dari sikap dermawan oleh individu, perusahaan, lembaga, ataupun instansi tertentu. Lazismu didirikan oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah pada tahun 2002 dan dikukuhkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No.457/21 November 2002. Berdirinya Lazismu terdiri atas dua faktor. Pertama, fakta Indonesia yang berselimut dengan kemiskinan, kebodohan dan indeks pembangunan manusia yang sangat rendah. Kedua, zakat diyakini mampu bersumbangsih dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia dan mampu mengentaskan kemiskinan. Berdirinya Lazismu sebagai institusi pengelola zakat dengan manajemen modern yang dapat menghantarkan zakat menjadi bagian penyelesaian masalah sosial masyarakat yang terus berkembang.

Kabupaten Tulungagung, sebagai salah satu wilayah dengan tingkat kepedulian sosial yang tinggi,(Baznas, n.d.) menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi LAZISMU untuk mengoptimalkan perannya. Masyarakat Tulungagung dikenal dengan semangat gotong royong dan kedermawanannya, yang dapat menjadi modal sosial dalam memperkuat program-program filantropi. Di sisi lain, perkembangan teknologi dan media komunikasi menuntut LAZISMU untuk mengadopsi strategi PR yang lebih modern dan efektif agar mampu

menjangkau lebih banyak mustahik (penerima zakat) serta muzaki (pemberi zakat).

Dalam konteks ini, strategi PR yang dijalankan oleh LAZISMU Tulungagung tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat, infak, dan sedekah, tetapi juga untuk membangun citra positif dan kepercayaan publik terhadap lembaga ini. Pengelolaan PR yang baik akan membantu LAZISMU Tulungagung dalam menyampaikan pesan-pesan kebaikan, memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam program-program sosial, serta memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana yang diterima. (Wahyudi, 2021)

Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi PR yang diterapkan oleh LAZISMU Tulungagung menjadi sangat relevan. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana LAZISMU Tulungagung merancang dan melaksanakan strategi PR-nya, hambatan-hambatan yang dihadapi, serta dampak dari strategi tersebut terhadap peningkatan pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah. Dengan memahami hal ini, diharapkan LAZISMU dapat terus berinovasi dan mengembangkan pendekatan PR yang lebih efektif dan efisien, guna mewujudkan visi dan misinya dalam menyejahterakan umat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti berusaha membahas mengenai **“Strategi Public Relations Lembaga Amil Zakat Infak dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Tulungagung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mencoba merumuskan masalah sebagai berikut, Bagaimana strategi *Public Relations* LAZISMU Tulungagung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut, Untuk mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* LAZISMU Tulungagung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai Strategi *Public Relations* LAZISMU Tulungagung memiliki dua manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perkembangan keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam bidang public relations yaitu membangun strategi PR yang baik, dan menjadi pengembangan keilmuan bagi penulis, khususnya dalam melakukan penelitian tentang pengembangan citra lembaga.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi pihak di antaranya:

a. Peneliti

Diharapkan dari penelitian ini mampu menjadi daya tambah ilmu pengetahuan yang sudah dimiliki di bangku perkuliahan. Dan ini juga sebagai momentum untuk pengimplementasian ilmu yang sudah didapatkan selama menempuh dibangku perkuliahan. Selain itu juga untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh ujian akhir Program Sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Lembaga

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan ataupun referensi dalam upaya membangun strategi public relations suatu lembaga zakat. Sehingga dapat memberikan kemajuan terhadap lembaga kedepannya.

c. Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan data kepustakaan dalam ilmu pengetahuan dan menambah paradigma dan hikmah keilmuan bagi pembaca berkaitan dengan strategi Public Relations.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus, yang menekankan eksplorasi sistem terbatas pada satu atau beberapa kasus secara menyeluruh. Metode ini juga melibatkan penggalian data mendalam yang melibatkan berbagai sumber (informan) yang diperlukan untuk tujuan penelitian. (Herdiansyah, 2011) Studi kasus dilakukan pada sistem satu-satunya, yang dapat berupa program, kegiatan, peristiwa, atau sekelompok orang yang berada pada kondisi dan keadaan tertentu.

Peneliti juga menggunakan paradigma *konstruktivisme*, yaitu paradigma yang menganggap realitas itu ada sebagai konstruksi dari kemampuan berpikir seseorang. (Gunawan, 2013) Paradigma ini menganggap bahwa kenyataan itu hanya bisa dipahami dalam bentuk jamak, berupa konstruksi mental yang dapat diraba, berbasis sosial, dan pengalaman yang bersikap lokal dan spesifik.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang berarti menghimpun, mengelola, dan menganalisis data secara kualitatif. (Bugin, 2005) Untuk memberikan gambaran lengkap tentang hubungan publik Lazismu Tulungagung, format deskriptif ini digunakan. Dalam penelitian sosial, pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan, meringkas, dan menggambarkan berbagai kondisi, situasi, atau realitas sosial yang menjadi subjek penelitian. Dalam kasus ini, penelitian ini tentang hubungan publik Lazismu Tulungagung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan realitas tersebut sebagai karakteristik, karakter, model, sifat, atau gambaran dari kondisi, situasi, atau fenomena tertentu.

1.5.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini adalah Lembaga Amil Zakat Infak Dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Tulungagung yang berkantor di Jl. Ade Irma No.16, Sembung, Kec. Tulungagung. Kab. Tulungagung Mengapa saya mengambil Objek Lazismu Tulungagung karena Lazismu Tulungagung mempunyai program-program untuk pendistribusian ke masyarakat dengan baik buktinya ketika banyak kejadian penyelewengan dana terus tidak tepat sasaran bantuan sosial dari pemerintah Lazsimu Tulungagung tetap meningkat dalam hal penghimpunan dana ZIS.

Waktu penelitian yang dilakukan berlangsung kurang lebih selama 4 bulan terhitung sejak bulan Februari sampai Mei 2024 dikarenakan pada tahap awal dilakukan pengumpulan data-data melalui wawancara. Selanjutnya data yang sudah diperoleh dari berbagai literatur, dokumen resmi, dan laporan tahunan Lazismu Tulungagung.

1.5.3 Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber datanya. Untuk memperoleh data primer peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, diskusi, dengan informasi kunci. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pengurus LAZISMU Tulungagung.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dengan membaca, mempelajari, serta memahami lewat media yang berbentuk dokumen- dokumen yang berkaitan dengan masalah- masalah yang hendak di teliti. Data sekunder penelitian ini adalah buku, jurnal, artikel, dan informasi yang di akses di internet serta dokumentasi foto.(siyoto, Dr.sandu, 2015)

1.5.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik dan Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang di perlukan untuk menyajikan gambaran suatu

peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi nonpartisipatif dengan melakukan pengamatan terhadap strategi Public Relations dalam Meningkatkan citra lembaga. Tempat penelitian adalah Lembaga Amil zakat Infak dan shodaqoh Muhammadiyah Tulungagung.

2. Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data untuk penelitian adalah dengan melakukan wawancara. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara kepada beberapa pengurus LAZISMU Tulungagung yang dianggap memahami dan mengetahui seputar topik yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah lalu. Dapat berupa tulisan, gambar, maupun karya monumental dari seseorang.(Sugiyono, 2011) Penulis akan mengambil serta mengumpulkan informasi bersumber pada tulisan- tulisan berupa catatan, buku- buku, serta dokumen- dokumen yang terdapat kaitannya dengan penelitian ini.

b. Instrumen Pengumpulan Data

1. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara berisi pertanyaan yang ditanyakan kepada informan dan pertanyaan tersebut disusun berdasarkan fokus penelitian dan kerangka teori

2. Observasi

Lembar observasi berisi panduan untuk mengamati kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* LAZISMU Tulungagung untuk dapat membentuk Citra positif lembaga dengan baik. Seperti Strategi yang digunakan, Peningkatan Citra perbulan dan kondisi di masyarakat.

3. Daftar Periksa Dokumen

Daftar periksa dokumen berisi poin-poin penting, seperti: visi dan misi LAZISMU Tulungagung dan program-program yang di punyai LAZISMU Tulungagung.

1.5.5 Keabsahan Data

Agar suatu penelitian dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya, hingga dibutuhkan uji keabsahan data. Dalam hal ini peneliti memakai triangulasi data. Triangulasi merupakan metode pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain. Suatu yang lain disini digunakan buat menyamakan ataupun untuk mengecek data yang telah didapatkan.

Pendekatan triangulasi memeriksa banyak sumber data pada periode dan Teknik yang berbeda untuk menilai keaslian data. Oleh karena itu, pendekatan triangulasi digunakan untuk memverifikasi data observasi dalam penelitian, wawancara dan studi dokumentasi.

1.5.6 Teknik Analkisis Data

Analisa atau analisis adalah mengelompokkan, membuat sebuah urutan, memanipulasi, dan menyingkatkan data agar mudah di baca dan dipahami.(Nazir, 1983) Menurut Moleong

analisis data kualitatif adalah suatu upaya yang jalan bekerja dengan data, mengelompokkan, menyederhanakan, memilah yang sesuatu yang dapat diolah, menemukan sesuatu yang penting, dapat dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.(siyoto, Dr.sandu, 2015)

Dalam analisis data penulis memakai konsep Miles dan Huberman, ada pula kegiatan dalam analisis data adalah reduction ataupun mereduksi data dengan memilah hal- hal yang pokok, menyajikan data dengan bagan serta penjelasan singkat dan penarikan kesimpulan.(Sugiyono, n.d.) Dalam menganalisis data penulis mencari, memproses, dan menyusun informasi yang sudah diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, observasi secara sistematis. Setelah itu membuat kesimpulan dari data yang didapatkan.