

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Tulungagung dalam Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat menjadi Muzakki” ini ditulis oleh Ikhwanul Faisol Ma’arif, NIM. 12305193048. Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Barlian Anung Prabandono, M.A

Kata-kata kunci: *Komunikasi, Lazismu, Muzakki*

Zakat merupakan bagian dari bidang keuangan publik. Sangat penting bagi publik untuk mengetahui berapa banyak dana yang diterima Badan Amil dari masyarakat. Untuk memastikan bahwa zakat telah terdistribusikan secara merata dan adil, maka lembaga pengelola zakat didirikan. Oleh karena itu, penyelenggara zakat yang bertanggung jawab harus membuat strategi yang dapat menarik perhatian masyarakat atau menarik muzakki, Salah satu strategi untuk mengubah perilaku muzakki adalah membangun teknik komunikasi yang efektif. Tujuan penelitian adalah penemuan dan pengembangan strategi komunikasi lembaga infak dan shadekah zakat Muhammadiyah untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam menjadi muzakki. Penelitian etnografi dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Wawancara, dokumentasi, dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data. Selanjutnya, Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Lazismu bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap zakat di kota Tulungagung mencakup empat unsur penting yaitu 1) Mengenali sasaran komunikasi, 2) Memilih media komunikasi, 3) Mempelajari tujuan komunikasi, 4) Dan memastikan peran komunikator dalam komunikasi.

ABSTRACT

Thesis with title “ Strategy Communication of the Zakat Infaq and Shaqdaqah Muhammadiyah Institute (LAZISMU) Tulungagung in Increase Awareness and Participation Society become Muzakki ” this written by Ikhwanul Faisol Ma'arif, NIM. 12305193048. Communications Islamic Broadcasting , Faculty Ushuluddin UIN Sayyid Ali Rahmatullah's Adab and Da'wah Tulungagung , supervisor BarlianAnung Prabandono , MA

Key words : *Communication , Lazismu , Muzakki*

Zakat is included within domain of open fund, reserves collected from open body Amil must responsible in a way open. To distribute funds zakat fair And equally, so that be formed organization manager zakat. For That required A institution manager zakat can apply something strategy Which can interesting public or candidate muzaki, Wrong the only one is with plan strategy communication in a way Good so it can change muzaki behavior .The point of this inquire about is toknow and and depict how methodology communication institution zakat infaq and Muhammadiyah shadaqah in expanding mindfulness and community cooperation gotten to be muzaki behavior. This inquire about employments ethnographic inquire about with a subjective approach. The information collection methods utilized were perception, interview and documentation. In analyzing information utilizing information decrease, information introduction, drawing conclusions and confirmation. The study's findings demonstrate that Lazismu's communication approach in Tulungagung City aims to spark interest in zakat donation by emphasizing four key areas, namely, 1) Recognize target communication , 2) Selection of communication media , 3) Assessment objective communication , 4) Role communicator in communication.

خلاصة

أُطروحة مع العنوان " استراتيجية تبليغ معهد انفاق الزكاة والشقفة المحمدية تولونج أجونج في يزيد الوعي والمشاركة مجتمع يصبح مزاكي " هذا مكتوب بواسطة إخوان فيصل معارف، نيم ١٢٣٠٥١٩٣٠٤٨ .
، الاتصالات الإذاعة الإسلامية ، الكلية أشولو الدين السيد علي رحمة الله في الأدب والدعوة تولونج أجونج ،
المشرف بارليان أنونج براباندونو

الكلمات الدالة : تواصل، لأزيس الخاص بك، موزاكي

الزكاة تدخل في مجال المالية العامة، والأموال المحصلة من عام بواسطة جسم أميل يجب مسؤول بطريقة يفتح لتوزيع الأموال زكاة عدل و على قدم المساواة، لهذا السبب. يتم تشكيلها منظمة مدير زكاة. ل الذي - التي مطلوب أ مؤسسة مدير زكاة يستطيع يتقدم شيء ما إستراتيجية أي يستطيع مثير للاهتمام عام أو مُرشح . موزاكي، خطأ الوحيد يكون مع يخطط إستراتيجية تواصل بطريقة جيد لذلك يمكن أن يتغير سلوك موزاكي صدقة في زيادة محمدية الهدف من هذا البحث هو يعرف و يصف كيف إستراتيجية تواصل مؤسسة زكاة و يستخدم هذا البحث البحث الإثنوغرافي مع نهج نوعي. وكانت .تصبح موزاكي المجتمعية والمشاركة الوعي تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. في تحليل البيانات باستخدام تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج والتحقق، تظهر نتائج البحث أن استراتيجية الاتصال في هي جذب التعرف هدف الاتصالات ١ :أشياء مهمة، وهي أربعة تشمل تولونج أجونج اهتمام الناس بإعطاء الزكاة مدينة الدور متصل في تواصل ٤ ، التقييم موضوعي الاتصالات ٣ اختيار وسائل الاتصال ٢ ،