

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Public Relations* Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Kediri Dalam Meningkatkan Literasi Zakat di Kota Kediri” ini ditulis oleh Agung Wicaksono, NIM. 126404212019, dengan pembimbing oleh Dr. Suminto, M.Pd.I.

Kata Kunci: Strategi, *Public Relations*, Literasi Zakat, BAZNAS

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi tahunan zakat di Indonesia sekitar Rp.327 Triliun. Ditambah lagi kasus kantong bocor dana umat yang melibatkan Aksi Cepat Tanggap (ACT) yang mengungkapkan adanya penyelewengan dana zakat. Serta strategi apa saja yang digunakan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri.

Tujuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih keilmuan tentang (1) Strategi penyajian berita dan informasi BAZNAS Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri (2) Strategi publisitas produk BAZNAS Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri. (3) Strategi konseling dalam mendukung *public relations* BAZNAS Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diambil secara langsung di lapangan. Sedangkan pengecekan keabsahan temuan dilakukan dengan ketekunan pengamatan dan triangulasi. Teknis analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi penyajian berita dan informasi BAZNAS Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri yaitu menyampaikan berita dan informasi yang akurat, pemilihan media dalam menjaga kebenaran berita dan informasi, tanggungjawab dalam penyajian berita dan informasi untuk ruang diskusi public, menyampaikan berita dan informasi yang dapat mempengaruhi opini public dan menarik perhatian para audiens. 2) Strategi publisitas produk BAZNAS Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri yaitu meningkatkan kesadaran merk, meningkatkan penjualan program, menyampaikan informasi yang mendalam, melibatkan konsumen (muzakki dan mustahik), dan meningkatkan loyalitas para muzakki. 3) Strategi konseling dalam mendukung *public relations* BAZNAS Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri yaitu mengurangi perasaan negatif para calon muzakki, merubah perilaku calon muzakki, meningkatkan hubungan interpersonal antara amil dan muzakki, merekrut dan mempertahankan tenaga konseling yang berkualitas, dan tenaga konselor dalam manajemen waktu.

ABSTRACT

Thesis with the title "Strategy *Public Relations* The National Zakat Agency (BAZNAS) of Kediri City in Improving Zakat Literacy in Kediri City" was written by Agung Wicaksono, NIM. 126404212019, with guidance from Dr. Suminto, M.Pd.I.

Keywords: Strategy, *Public Relations*, Zakat Literacy, BAZNAS

This research is motivated by the annual potential of zakat in Indonesia of around Rp. 327 trillion. Added to this is the case of leaking community funds involving Aksi Cepat Tanggap (ACT) which revealed the misappropriation of zakat funds. And what strategies are used by the National Zakat Agency (BAZNAS) of Kediri City in increasing zakat literacy in Kediri City.

The aim of this research is expected to be able to provide scientific contributions regarding (1) The strategy for presenting news and information from BAZNAS Kediri City in increasing zakat literacy in Kediri City (2) The strategy for publicizing BAZNAS Kediri City products in increasing zakat literacy in Kediri City. (3) Counseling strategies in supporting *public relations* BAZNAS Kediri City in improving zakat literacy in Kediri City.

This research method uses a qualitative approach with a descriptive research type. The methods used for data collection are observation, interviews, and documentation taken directly in the field. While checking the validity of the findings is done with diligent observation and triangulation. The data analysis techniques used include data reduction, data presentation and verification or drawing conclusions.

The results of this study indicate that: 1) The strategy for presenting news and information by BAZNAS Kediri City in increasing zakat literacy in Kediri City is to convey accurate news and information, media selection in maintaining the truth of news and information, responsibility in presenting news and information for public discussion spaces, conveying news and information that can influence public opinion and attract the attention of the audience. 2) The product publicity strategy of BAZNAS Kediri City in increasing zakat literacy in Kediri City is to increase brand awareness, increase program sales, convey in-depth information, involve consumers (muzakki and mustahik), and increase the loyalty of muzakki. 3) Counseling strategy in helping *public relations* BAZNAS Kediri City in improving zakat literacy in Kediri City, namely reducing negative feelings of prospective muzakki, changing the behavior of prospective muzakki, improving interpersonal relationships between amil and muzakki, recruiting and retaining quality counseling staff, and counseling staff in managing time.