

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Zakat merupakan pilar dasar dalam kerangka ekonomi Islam, melayani fungsi penting dalam proses redistribusi kekayaan dan pengentasan kemiskinan.² Sebagai negara yang dicirikan oleh populasi Muslim yang didominasi, Indonesia memiliki kapasitas yang signifikan untuk melaksanakan zakat. Data yang diperoleh dari Badan Nasional Amil Zakat (BAZNAS) menunjukkan bahwa potensi tahunan zakat di Indonesia sekitar Rp 327 triliun. Meskipun potensi ini sangat besar, realisasi zakat di Indonesia masih jauh dari angka tersebut. Salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap rendahnya realisasi zakat adalah kurangnya literasi zakat di kalangan masyarakat.³

Literasi zakat mencakup pemahaman mengenai kewajiban zakat, manfaatnya, serta mekanisme pelaksanaannya. Kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang zakat mengakibatkan rendahnya partisipasi dalam penunaian zakat.⁴ Hal ini menjadi tantangan serius bagi lembaga-lembaga pengelola zakat, termasuk Badan Amil Zakat Nasional

² Ahmad Atabik, *Peranan Zakat Dalam Pengentasan Kemiskinan*, ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf Vol. 02 No. 02, 2015

³ PPID BRIN, *Periset BRIN Ungkat Potensi Zakat Sebagai Raksasa Tidur Indonesia*, <https://ppid.brin.go.id/posts/periset-brin-ungkat-potensi-zakat-sebagai-raksasa-tidur-indonesia>, Diakses pada Jumat, 08 November 2024 pukul 14.00 WIB

⁴ Nurul Zaeni, *dkk.*, *Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Menggunakan Platform Digital Pada BAZNAS di Provinsi Banten*, Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol. 09 No. 02, 2024

(BAZNAS) Kota Kediri, yang berperan penting dalam mengelola dan mendistribusikan dana zakat di tingkat lokal.

Rendahnya kesadaran masyarakat dalam pemahaman zakat menjadi masalah yang perlu mendapatkan perhatian serius. Masyarakat mungkin kurang memahami pentingnya zakat, baik dari segi religiusitas maupun sosial.⁵ Hal ini dapat menyebabkan ketidak optimalan dalam pengumpulan dan distribusi zakat. Zakat, sebagai salah satu rukun Islam, memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan memberdayakan kaum yang kurang mampu.⁶ Namun, kurangnya pemahaman ini sering kali mengakibatkan masyarakat tidak menyadari tanggung jawab mereka dalam menunaikan zakat. Banyak yang melihat zakat sebagai beban, padahal sebenarnya ini adalah investasi spiritual yang membawa berkah.

Dari segi sosial, zakat berfungsi sebagai sarana redistribusi kekayaan, yang dapat membantu mengurangi kesenjangan ekonomi. Tanpa kesadaran dan partisipasi aktif dari masyarakat, dana zakat yang seharusnya mengalir kepada yang membutuhkan menjadi tidak maksimal.⁷ Oleh karena itu, upaya edukasi tentang zakat perlu ditingkatkan, agar masyarakat menyadari potensi zakat dalam membangun komunitas yang

⁵ Ahmad Syafiq, *Peningkatan Kesadaran Masyarakat Dalam Menunaikan Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf (ZISWAF)*, ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf Vol. 05 No. 02, 2018, hal. 372-373

⁶ Ibid, hal. 363

⁷ Salahuddin El Ayyubi, *dkk., Peran Zakat Terhadap Proses Perubahan Sosial Melalui Pemberdayaan Masyarakat*, Al- Muzara'ah Vol. 11 No. 01, 2023, hal. 64

lebih sejahtera.⁸ Dengan meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan zakat, diharapkan pengumpulan dan distribusi zakat dapat dilakukan secara optimal, sehingga tujuan mulia dari zakat dapat tercapai dan memberi manfaat nyata bagi masyarakat.

Kurangnya informasi dan edukasi tentang zakat menjadi salah satu kendala utama dalam pelaksanaannya di masyarakat. Banyak masyarakat yang tidak mendapatkan informasi yang memadai tentang zakat, termasuk peruntukannya, cara pembayaran, dan manfaatnya.⁹ Misalnya, mereka mungkin tidak tahu bagaimana cara menghitung zakat yang harus dibayarkan atau kepada siapa zakat tersebut sebaiknya disalurkan.

Pentingnya edukasi ini tidak hanya terbatas pada aspek agama, tetapi juga meliputi pemahaman tentang dampak sosial yang dapat ditimbulkan.¹⁰ Zakat yang dikelola dengan baik dapat membantu mengurangi kemiskinan dan mendorong pertumbuhan ekonomi di masyarakat.¹¹ Oleh karena itu, lembaga-lembaga zakat perlu mengembangkan program-program edukasi yang menjangkau berbagai lapisan masyarakat, menggunakan media yang relevan dan mudah diakses. Dengan meningkatkan informasi dan edukasi tentang zakat, kita dapat mendorong lebih banyak individu untuk berpartisipasi, sehingga zakat

⁸ Irsad Andriyanto, *Pemberdayaan Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Umat*, ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf Vol. 01 No. 02, 2014

⁹ Risnawati, *dkk.*, *Permasalahan dan Solusi Pengelolaan Zakat di Indonesia*, Innovative: Journal of Social Science Research Vol. 3 No. 3, 2023

¹⁰ Yons Achmad, *Peran dan Manfaat Zakat Infak dan Sedekah Untuk Sosial Ekonomi*, <https://zakat.or.id/manfaat-zakat-dan-infak-dalam-perspektif-sosial-ekonomi/>, diakses pada Jumat 08 November 2024 pukul 15.45 WIB

¹¹ Fahmi Makraja, *Zakat Sebagai Instrumen Ekonomi Islam Dalam Upaya Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia*, Journal of Sharia and Law Vol. 3 No. 1, 2024

dapat berfungsi secara optimal dan memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat.

Dalam menghadapi tantangan ini, strategi public relations (PR) yang efektif menjadi krusial. *Public relations* berfungsi untuk membangun hubungan yang positif dan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Menurut James E. Grunig dan Todd Hunt dalam buku mereka “*Managing Public Relations*” (1984) merupakan ahli terkemuka dalam bidang PR, komunikasi yang efektif harus didasarkan pada prinsip komunikasi dua arah simetris. Dalam konteks ini, PR tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan satu arah dari organisasi ke masyarakat, tetapi juga untuk mendengarkan dan merespons kebutuhan serta kekhawatiran masyarakat. Strategi PR yang berbasis pada prinsip ini diharapkan dapat membantu BAZNAS Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat dan membangun kepercayaan masyarakat.

Dikutip dari Majalah Tempo, pada Juli 2022, kasus “kantong bocor dana umat” yang melibatkan Aksi Cepat Tanggap (ACT) mengguncang dunia zakat di Indonesia. Kasus ini mengungkapkan adanya penyelewengan dan ketidaktransparanan dalam pengelolaan dana zakat yang menimbulkan dampak negatif terhadap citra lembaga zakat secara keseluruhan. Kejadian ini menimbulkan krisis kepercayaan di kalangan masyarakat terhadap lembaga zakat, yang pada gilirannya mempengaruhi partisipasi mereka dalam menunaikan zakat. Dalam situasi seperti ini, BAZNAS Kota Kediri harus menghadapi tantangan tambahan

untuk memulihkan kepercayaan publik dan memastikan bahwa pengelolaan dana zakat dilakukan dengan transparansi dan akuntabilitas yang tinggi.

Fenomena ACT menggaris bawahi pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat. Kejadian tersebut menyoroti bahwa untuk meningkatkan literasi zakat dan partisipasi masyarakat, lembaga zakat harus berkomitmen untuk mengelola dana dengan cara yang jujur dan terbuka. BAZNAS Kota Kediri, sebagai lembaga zakat lokal, perlu menyesuaikan strategi PR-nya untuk menghadapi dampak negatif dari kasus ini dan untuk mengatasi tantangan literasi zakat di tingkat lokal. Hal ini mengakibatkan berkurangnya kepercayaan masyarakat untuk menyalurkan zakat mereka. Saat masyarakat merasa bahwa dana zakat mungkin tidak digunakan dengan efisien atau bahkan disalahgunakan, mereka cenderung memilih untuk tidak berpartisipasi dalam pengumpulan zakat. Ketidakpastian ini juga dapat menyebabkan pengurangan potensi dana zakat yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk membantu mereka yang membutuhkan.

Dalam konteks ini, BAZNAS Kota Kediri perlu menerapkan strategi PR yang tidak hanya menyampaikan informasi tentang zakat tetapi juga membangun dialog yang konstruktif dengan masyarakat. Strategi PR harus mencakup elemen-elemen seperti komunikasi dua arah, keterlibatan publik, serta penggunaan media yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pendekatan ini akan membantu BAZNAS Kota Kediri

dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang zakat, serta membangun dan memulihkan kepercayaan publik terhadap lembaga zakat.

Fungsi *Public Relations* (PR) dalam bidang literasi zakat sangat penting dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat yang berkaitan dengan zakat. Masyarakat Kota Kediri sudah menunjukkan pemahaman yang baik terhadap pentingnya literasi zakat. Hal ini terlihat dari meningkatnya kesadaran akan kewajiban membayar zakat, baik zakat fitrah maupun zakat maal, serta antusiasme dalam mengikuti program-program edukasi dan sosialisasi yang diselenggarakan oleh BAZNAS Kota Kediri. Literasi zakat yang berkembang ini turut mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung program pemberdayaan yang berbasis zakat, sehingga zakat tidak hanya dipahami sebagai kewajiban individual, tetapi juga sebagai instrumen untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan mengurangi kesenjangan ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis strategi *public relations* yang diterapkan oleh BAZNAS Kota Kediri dalam upaya meningkatkan literasi zakat. Dengan menggunakan teori komunikasi dua arah simetris dari James E. Grunig dan Todd Hunt sebagai kerangka analisis, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana BAZNAS Kota Kediri merancang dan melaksanakan strategi PR-nya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai zakat. Penelitian ini juga akan mengevaluasi dampak dari fenomena kantong bocor dana umat oleh ACT terhadap strategi PR BAZNAS Kota Kediri dan bagaimana lembaga

tersebut dapat mengatasi dampak negatif dari kasus tersebut.

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif akan digunakan dengan studi kasus sebagai metode utama. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengurus BAZNAS Kota Kediri, analisis dokumen terkait strategi PR, dan studi literatur mengenai teori PR serta fenomena ACT. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang efektivitas strategi PR yang diterapkan oleh BAZNAS Kota Kediri, serta memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan literasi zakat dan memperbaiki kepercayaan publik. Hasil dari penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam pengembangan strategi PR untuk lembaga zakat di Indonesia, terutama dalam konteks pemulihan kepercayaan masyarakat dan peningkatan literasi zakat. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi dua arah simetris, BAZNAS Kota Kediri dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat dan memaksimalkan potensi zakat yang ada di Indonesia.

Konteks permasalahan ini memberikan gambaran menyeluruh tentang pentingnya penelitian, relevansi teori PR dalam konteks lokal, dan dampak fenomena terkini terhadap pengelolaan zakat. Maka peneliti berusaha membahas mengenai “ **Strategi *Public Relations* Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Kediri Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Di Kota Kediri** ”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi penyajian berita dan informasi badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri?
2. Bagaimana strategi publisitas produk badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri ?
3. Bagaimana strategi konseling dalam mendukung *public relations* badan amil zakat (BAZNAS) Kota Kediri untuk meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri ?

A. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari rumusan masalah yang di jelaskan diatas:

1. Untuk mengetahui startegi penyajian berita dan informasi pada badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui strategi publisitas produk badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kota Kediri dalam meningkatkan pemahaman literasi zakat di Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui strategi konseling dalam mendukung *public relations* badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kota Kediri untuk meningkatkan

literasi zakat di Kota Kediri.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan masalah pada konteks penelitian di atas, peneliti membatasi permasalahan agar tidak meluas serta tetap berfokus pada pembahasan yang akan dibahas. Adapun pembatasan masalah-masalah tersebut, yaitu:

1. Berfokus pada penerapan strategi penyajian berita dan informasi yang digunakan oleh badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri.
2. Berfokus pada penerapan strategi publisitas produk badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri.
3. Berfokus pada penerapan strategi konseling badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada teori *public relations*, khususnya teori komunikasi dua arah simetris yang dikembangkan oleh James E. Grunig. Dalam hal ini, dengan mengaplikasikan teori ini dalam konteks lembaga zakat, penelitian ini juga memperluas pengetahuan tentang cara prinsip komunikasi dua arah diterapkan

untuk meningkatkan literasi zakat dan membangun relasi yang lebih sehat antara lembaga dan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi badan amil zakat nasional (BAZNAS) Kota Kediri serta lembaga lain yaitu sebagai bahan masukan berupa informasi mengenai strategi *public relations* untuk meningkatkan literasi zakat di Kota Kediri.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai strategi *public relations* dan literasi zakat, sehingga dapat diaplikasikan dalam bermasyarakat serta ke lembaga yang terkait.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut dalam menambah wawasan, pengetahuan serta perbandingan penelitian selanjutnya.

D. Penegasan Istilah

Dalam skripsi tentang strategi *public relations* Baznas Kota Kediri dalam meningkatkan literasi zakat masyarakat, penegasan istilah sangat penting untuk memperjelas konsep-konsep yang digunakan. Berikut beberapa istilah kunci yang bisa didefinisikan:

1. *Public Relations* (PR)

Proses komunikasi strategis yang membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik.¹² Dalam konteks ini, PR digunakan untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam zakat.

2. BAZNAS

Badan Amil Zakat Nasional, lembaga yang bertugas mengelola dan menyalurkan zakat secara profesional dan transparan.¹³ Di sini, Baznas Kota Kediri berperan dalam pendidikan dan sosialisasi zakat

3. Literasi Zakat

Tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang zakat, termasuk kewajiban, manfaat, dan cara penghimpunan serta penyalurannya.¹⁴ Literasi ini penting agar masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif.

4. Strategi

Rencana aksi yang dirumuskan untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁵ Dalam konteks ini, strategi PR Baznas bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang zakat.

¹² Grunig, J. E., & Hunt, T., *Managing Public Relations*. (New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1984)

¹³ Tentang Profil BAZNAS, <https://baznas.go.id/baznas-profile>, diakses pada Jumat 08 November 2024 pukul 17.20

¹⁴ M. Ali Hasan, *Zakat dan Infak: Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2008)

¹⁵ Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J., *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*, (New York: Tree Press, 1998)

G. Sistematika Penulisan

Guna mempermudah uraian terhadap penyusunan penelitian, riset ini terdiri dari beberapa bab yang setiap bab terdiri dari sub-bab untuk lebih jelasnya peneliti menjelaskan sistematika penyusunan proposal penelitian ini sebagai berikut:

BAB I berisi tentang penjelasan singkat dan mudah dipahami mengenai tujuan penulisan yang terdiri dari beberapa sub-bab yaitu konteks penelitian, focus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, masalah, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II berisi tentang kajian pustaka yang dimana isinya berisi tentang teori-teori *Public Relations* yang membahas penelitian ini serta penelitian-penelitian terdahulu.

BAB III berisi tentang metode penelitian yang berisi mengenai penjelasan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti dan teknik pengumpulan data.

BAB IV berisi tentang uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

BAB V berisi tentang keterkaitan antara pola- pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan (*grounded theory*).

BAB VI berisi tentang kesimpulan dari temuan pokok yang sesuai dengan rumusan masalah dan saran rekomendasi dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti, ditujukan kepada para pengelola obyek/subyek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis, yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah diselesaikan.