

**STRATEGI KOMUNIKASI LAZISMU DALAM MENINGKATKAN
KESADARAN MASYARAKAT TENTANG PENTINGNYA ZAKAT**

SKRIPSI

*Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna
memperoleh gelar sarjana pada program studi
perbankan syariah*

Oleh :

AULIA MUSTIKA

NPM : 2101270009



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATRA UTARA

MEDAN

2025

PERSEMBAHAN

"Segala puji bagi Allah SWT atas segala Rahmat, kekuatan, dan jalan yang dilapangkan hingga karya ini dapat terselesaikan."

"Dengan penuh cinta dan rindu, skripsi ini saya,

Aulia Mustika

Mempersembahkan untuk Mama di surga, ANITA SUDARSIH, terima kasih atas setiap kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tak putus meski Mama kini telah berada di sisi Allah SWT. Semoga setiap langkah dan ilmu ini menjadi jalan pahala yang terus mengalir untuk Mama."

"Kepada Ayahanda, Abang, Kakak, dan seluruh keluarga yang selalu menjadi sumber doa dan kekuatan dalam setiap proses perjalanan ini."

"Sahabat-Sahabat seperjuangan, terimakasih telah menjadi sandaran di kala jatuh dan setia mendampingi di setiap langkah."

"Dan untuk diri sendiri, Terimakasih telah bertahan. Semoga langkah ini membawa berkah dan kebaikan."

Motto:

"Direndahkan dimata manusia, Ditinggikan dimata ALLAH prove them wrong"

"Gonna fighi and don't stop, until you are proud"

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aulia Mustika

NPM : 2101270009

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat”. Merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 4 Juli 2025

Yang Menyatakan



Aulia Mustika

NPM. 2101270009

**Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran
Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat**

SKRIPSI

***Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Perbankan Syariah***

Oleh:

**Aulia Mustika
NPM. 2101270009**

Program Studi Perbankan Syariah

Pembimbing



Uswah Hasanah, S.Ag, MA

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

Medan, 4 Juli 2025

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) Exempler
Hal : Skripsi a.n. Aulia Mustika

Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di-
Medan

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, Meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi Mahasiswa a.n. Aulia Mustika yang berjudul "Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqosah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing



Uswah Hasanah, S.Ag, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.80/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20218 Telp (061) 6622400 Fax (061) 6623474, 6631003
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada Yth :
Dekan FAI UMSU

13 Jumadil Akhir 1446 H
13 Desember 2024 M

Di -
Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Mustika
NPM : 2101270009
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumulatif : 3,79



Mengajukan Judul sebagai berikut:

No	Pilihan Judul	Pilihan Tugas Akhir		Persetujuan Prodi	Usulan Pembimbing	Persetujuan Dekan
		Skripsi	Jurnal			
1	Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat	-	-	12/12/24	Usulan Pembimbing	22/12/24
2	Adaptasi Dan Persepsi Nasabah Terhadap Fitur Byond By Bsi					
3	Perubahan Aplikasi BSI Mobile Ke Byond By Bsi : Analisis Kualitatif Perspektif Nasabah					

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Aulia Mustika



UMSU
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Unggul | Cerdas | Berprestasi
Bersama Kita Menggapai
Masa Depan yang Lebih Baik

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89SK.BAN.PT/Akred.PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I, M.El
Dosen Pembimbing : Uswah Hasanah, S.Ag, MA

Nama Mahasiswa : Aulia Mustika
Npm : 2101270009
Semester : VIII A1 Pagi
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Lazismu dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
23-02-2024	Rov. Jafar Is. - Rasio latar belakang masalah - Rasio rumusan dan tujuan penelitian	7	
10-01-2025	Rov. Syarifuddin periksa - Sesuaikan kembali pokoknya dengan latar - Rasio penelitian - Rasio penelitian	7	
16-01-2025	Tambahan revisi di bagian pendahuluan - Rasio kerangka teoritis - Rasio kerangka metode penelitian - Sesuaikan kembali pendahuluan	7	
11-02-2025	ACC Seminar proposal	7	

Diketahui/Disetujui
Dekan
Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/Disetujui
Ketua Program Studi
Assoc. Prof. Dr.
Rahmayati, SE.I, M.El

Medan, 11-02-2025
Pembimbing Proposal
Uswah Hasanah, S.Ag, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Diakses melalui kiosk ini agar diketahui
Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH/ BISNIS MANAJEMEN SYARIAH

Pada hari Rabu, 12 Februari 2025 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syari'ah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Aulia Mustika
Npm : 2101270009
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Strategi Komunikasi Lazizmu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	—
Bab I	Benar dapat masuk dan letak yang tepat
Bab II	Kata jalan yang baik - benar dan judul yang sesuai
Bab III	Pada bab dan argumen yang baik.
Lainnya	Jepit proposal yang baik dan benar
Kesimpulan	Lulus ☒ Tidak Lulus ☐

Medan, 19 Februari 2025

Tim Seminar

Ketua

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I, M.E.I)

Sekretaris

(Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembimbing

(Uswah Hasanah, S.Ag, MA)

Pembahas

(Dr. Salman Nusantara, SE.I, MA)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsuamedan](https://www.facebook.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.instagram.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.twitter.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.youtube.com/umsuamedan)

Bila mengirim surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada Hari Rabu, 19 Februari 2025 dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Aulia Mustika
Npm : 2101270009
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 19 Februari 2025

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I, M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembimbing

(Uswah Hasanah, S.Ag, MA)

Pembahas

(Dr. Salman Nasution, SE.I, MA)





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu.ac.id](https://www.facebook.com/umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.instagram.com/umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

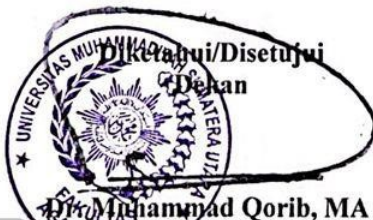
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi :
Dosen Pembimbing : Uswah Hasanah. S.Ag, MA

Nama Mahasiswa : Aulia Mustika
Npm : 2101270009
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
16-05-2025	Tantangan dan profil peneliti		
02-06-2025	Revisi struktur profil peneliti Berkas font warna pada hasil penelitian		
01-07-2025	Hasil dan pembahasan karya tulis dan rumusan masalah		
04-07-2025	Lampiran skripsi Ane sedang reji hysci		

Medan, 04 Juli 2025



Diketahui/Disetujui
Ketua Program Studi

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Pembimbing Skripsi

Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

Uswah Hasanah, S.Ag, MA

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setuju untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa	: Aulia Mustika
NPM	: 2101270009
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat

Medan, 4 Juli 2025

Pembimbing Skripsi



Uswah Hasanah, S.Ag,MA

Disetujui oleh
Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Dr. Rahmayati, SE.I, M.El

Dekan
Fakultas Agama Islam



Asoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [fai@umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : Aulia Mustika
NPM : 2101270009
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Lazizmu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 4 Juli 2025

Pembimbing

Uswah Hasanah, S.Ag, MA

DISETUJUI OLEH :
KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Rahmayati, SEI, M.El

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem Konsonan Bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan tanda sebagian dilambangkan dengan huruf dan tanda secara Bersama-sama. Dibawah ini terdaftar huruf arab dan Transliterasinya..

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
غ	Syin	sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge

ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	”	apostrof
ي	Ya	y	ye

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab adalah seperti vokal dalam Bahasa Indonesia , terdiri dari Tunggal dan monoflong dan vokal rangkap atau diflog.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	i
ُ	Dhammah	U	u

a. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
َـ	Fathah dan ya	Ai	A dan i
وـ	Fathah dan wau	Au	A dan u

Contoh :

Kataba: كتب

Fa'ala : فعل

Kaifa : كيف

b. Maddah

Maddah atau Vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	Fathah dan alif atau ya	Ā	A dan garis di atas
-			
يـ	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
وـ	Dhammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

c. Ta Marbutah

Transliterasinya Ta Marbutah ada dua :

1. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya (t)

2. Ta marbutah Mati

Ta marbutah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h)

3. Kalau kata pada yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan h (ha).

Contoh : المدينة المنورة: Almadinah Almunawwarah

d. Syaddah (tasyid)

Syaddah atau tasyid yang pada tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasyid, dalam transliterasi ini tanda tasyid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

rabbanā : رَّبِّ

nazzala : نَزَلَ

al-birr : بِرٍّ

al-hajj : حَجٍّ

e. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariah.

1. Kata sandang diikuti diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyi, yaitu huruf (l) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

ar-rajulu: رَجُلٌ

as-sayyidatu: سَيِّدَةٌ

asy-syamsu: شَمْسٌ

al-qalamu: قَلَمٌ

al-jalalu: جَلالٌ

f. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

ta'khuzūna: ا ت خزون

an-nau': وء الن

syai'un: شيء

inna: ان

umirtu: امت

akala: ل اك

g. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

h. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dengan EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

Wa mamuhammadunillarasul

Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan

Syahru Ramadan al-lazunzilafihi al-Qur'an

Syahru Ramadan al-laziunzilafihil-Qur'an

Walaqadra'ahubilufuq al-mubin

Alhamdulillahirabbil-alamin

i. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Aulia Mustika, 2101270009, Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat, Pembimbing Ibu Uswah Hasanah, S.Ag, MA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Lazismu Kota Medan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat. Latar belakang penelitian ini adalah rendahnya pemahaman masyarakat mengenai kewajiban zakat, terutama zakat maal, zakat profesi, dan jenis zakat lainnya, serta rendahnya kepercayaan sebagian masyarakat untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lazismu Kota Medan menerapkan strategi komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan edukatif melalui sosialisasi tatap muka, media sosial, dan komunikasi personal melalui tim konsenter. Namun, pelaksanaan strategi ini masih menghadapi kendala berupa persepsi masyarakat bahwa Lazismu hanya milik Muhammadiyah, kurangnya literasi zakat, serta tantangan membangun kepercayaan publik secara luas. Penelitian ini merekomendasikan agar Lazismu meningkatkan narasi inklusif, memperluas kerja sama lintas komunitas, serta mengoptimalkan media digital untuk menjangkau generasi muda.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Lazismu, Kesadaran Masyarakat

ABSTRACT

AULIA MUSTIKA, 2101270009, *Lazismu Communication Strategy in Raising Community Awareness on the Importance of Zakat*, Advisor: Uswah Hasanah S.Ag, MA.

This study aims to analyze the communication strategy implemented by Lazismu Kota Medan in raising public awareness of the importance of zakat. The background of this research is the low level of public understanding of zakat obligations, especially zakat maal, professional zakat, and other types, as well as the lack of trust from some people in distributing zakat through official institutions. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through interviews and documentation. The results show that Lazismu Kota Medan applies an informative, persuasive, and educative communication strategy through face-to-face socialization, social media, and personal communication through the konsenter team. However, the implementation of this strategy still faces obstacles, such as the public perception that Lazismu only belongs to Muhammadiyah, low zakat literacy, and the challenge of building broader public trust. This research recommends that Lazismu strengthen inclusive narratives, expand cross-community collaboration, and optimize digital media to reach the younger generation.

Keywords: *Communication Strategy, Lazismu, Public Awareness*

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-nya, serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sebagai junjungan seluruh kaum yang ada di mukabumi, atas berkah dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Agama Islam dan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan serta Do'a yang tidak henti-hentinya dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Penulis ucapkan terima kasih kepada orang tua Ayahanda dan Ibunda tercinta Anita Sudarsih. Ibunda yang selalu penulis rindukan dan cintai, semoga Mama melihat putri kecil mama dari tempat terbaik di sisi-Nya. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud bukti dan cinta kasih kepada orang tua penulis terutama Mama. Andai waktu mengizinkan, Penulis ingin memeluk dan menyampaikan rasa rindu, terima kasih, serta permohonan maaf, Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Mama.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib , MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
4. Bapak Dr. Zailani S.Pd.I M.A selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
6. Bapak Dr. Riyan Pradesyah. S.E.Sy., M.E.I selaku Sekretaris Program studi

Perbankan Syariah.

7. Ibu Uswah Hasanah, S.Ag, MA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada saya.
8. Kepada Nenek Fitriyah, kakak Yessi Syafriani dan abangda Dodi Dwi Laksono, yang selalu memberikan dukungan, Do'a dan semangat kepada penulis.
9. Seluruh staf Dosen Pengajar Dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Jurusan Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini telah banyak memberikan pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
10. Kepada sahabat-sahabat terbaik Adinda dan Amelliya yang telah menjadi teman berbagi suka dan duka, saling menguatkan, dan selalu memberikan semangat hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga skripsi ini selesai.

Penulis mengucapkan banyak Terimakasih Kepada semua pihak yang telah banyak membantu, semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Dan permohonan maaf apabila masih terdapat kesalahan maupun kekurangan dalam proses penyusunan proposal ini. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik yang membangun serta saran berbagai pihak. Akhir kata penulis berharap agar proposal ini bermanfaat bagi para pembacanya.

Medan,

2025

Aulia Mustika
NPM: 2101270009

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	9
A. Kajian Pustaka	9
1. Strategi Komunikasi	9
a. Pengertian Strategi Komunikasi	9
b. Tahapan Strategi Komunikasi.....	9
c. Fungsi Strategi Komunikasi.....	11
2. Kesadaran Masyarakat.....	11
a. Tingkat Pengetahuan Dan Kesadaran Masyarakat.....	11
b. Peraturan Yang Kurang Mendukung Kewajiban Zakat.....	12
c. Faktor Penghambat Optimalisasi Zakat	13
3. Zakat.....	14
a. Pengertian Zakat	14
b. Dasar Hukum Zakat	15
c. Syarat Dan Jenis Harta Wajib Zakat	17
B. Kajian Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Pendekatan Penelitian.....	26

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	27
C. Sumber Data Penelitian	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Teknik Analisis Data.....	28
F. Teknik Keabsahan Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Deskripsi Lembaga Penelitian.....	31
1. Sejarah Lazismu Kota Medan	31
2. Visi Dan Misi Lazismu Kota Medan.....	32
3. Tujuan Lazismu Kota Medan	32
4. Program Lazismu Kota Medan.....	33
5. Struktur Organisasi Lazismu Kota Medan	33
B. Hasil Penelitian	34
1. Strategi Komunikasi Lazismu Kota Medan	34
2. Kendala Yang Dihadapi Lazismu Kota Medan.....	36
3. Tantangan Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat	37
C. Pembahasan	37
1. Strategi Komunikasi Lazismu Kota Medan Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat	38
2. Kendala Yang Dihadapi Lazismu Kota Medan Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Zakat	39
3. Tantangan Lazismu Kota Medan Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat Secara Berkelanjutan	40
BAB V PENUTUP.....	42
A. Kesimpulan	42
B. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penghimpun Dana ZIS Lazismu Kota Medan (2020-2024)	3
Tabel 2 Estimasi Jumlah Penduduk Muslim Dan Muzakki Kota Medan (2024)	12
Tabel 3 Kajian Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4 Waktu Penelitian	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 2 Lazismu Kota Medan	32
Gambar 3 Struktur Organisasi Lazismu Kota Medan 2022-2027	34
Gambar 4 Ajakan Zakat Lazismu	36
Gambar 5 Dokumentasi Wawancara Penulis Dan Narasumber	47

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki peranan strategi dalam pembangunan sosial dan ekonomi umat, zakat ini juga merupakan hal yang sangat wajib yang Allah perintahkan kepada setiap muslim bagi mereka yang memiliki harta dan telah mencapai nisab (takaran wajib mengeluarkan zakat) dengan syarat-syarat tertentu, zakat menjadi salah satu ibadah yang paling penting, seringkali kita menemukan dalam Al-Qur'an menerangkan zakat ini beriringan dengan urusan shalat, hal ini menunjukkan bahwa zakat dan shalat adalah sebuah kewajiban yang sangat urgen untuk dilakukan setiap hamba-hamba yang beriman. (Muhammad Suhufi1, Abbas Baco Miro, 2024)

Kota Medan sebagai salah satu kota besar di Indonesia memiliki jumlah penduduk Muslim yang sangat besar, namun kesadaran untuk menunaikan zakat masih tergolong rendah. Banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan antara zakat dengan sedekah, serta pentingnya menyalurkan zakat melalui lembaga resmi seperti Lazismu. Padahal, potensi zakat yang optimal dapat menjadi solusi penting dalam mengurangi angka kemiskinan dan memperkuat kesejahteraan sosial di Kota Medan.

Sebagian masyarakat hanya mengetahui zakat fitrah, yang dikeluarkan setiap bulan Ramadan, tanpa memahami bahwa zakat memiliki berbagai jenis lainnya, seperti zakat mal (harta), zakat profesi (penghasilan), zakat pertanian, zakat perniagaan, dan zakat lainnya. Padahal, zakat tidak hanya diwajibkan atas harta tertentu saja, tetapi mencakup berbagai bentuk kekayaan yang diperoleh seorang Muslim. Bicara mengenai zakat otomatis dipahami bahwa ini kewajiban bagi muslim yang telah memenuhi ketentuan untuk menunaikannya. Hampir setiap umat muslim mengetahui bahwa zakat merupakan salah satu di antara lima pilar bangunan Islam. Disamping mengetahui kewajibannya itu, umat Islam juga mengetahui hukuman bagi yang yang mengamalkannya. Zakat sering kali disebut dalam Al-Qur'an kebanyakan seiring dengan disebutkan shalat. Oleh karena itu zakat sering dianalogikan sebagai saudara kembar shalat. (Fahmi, 2019)

Bergerak dari pentingnya zakat, beragam masalah muncul di tengah-tengah masyarakat, di mana ketidaksesuaian antara teori dan praktik berdampak pada konsekuensi hukum yang terjadi. Hal ini terutama mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsip dasar seperti religiusitas, sebagai masyarakat sudah menyadari kewajiban membayar zakat, akan tetapi banyak masyarakat yang belum memahami sepenuhnya. Bagi Sebagian besar masyarakat, yang penting adalah bersedekah. Mereka berfikir bahwa sedekah atau infak sudah memadai untuk memenuhi kewajiban berzakat. Padahal, zakat seharusnya dibayarkan sesuai dengan regulasi yang berlaku, apabila, sudah memenuhi syarat nisab dan haul serta cara pengeluaran zakatnya juga harus sesuai dengan ketentuan syariat. (Muhammad Faizzudin, Afifudin, 2024)

Disinilah pentingnya membangun persepsi masyarakat tentang zakat, persepsi yang dimaksud yaitu segala bentuk pemahaman masyarakat berdasarkan hasil pengamtannya dalam membayar zakat, karena jika seorang muslim mempunyai persepsi dan pemahaman yang baik mengenai zakat, maka hal ini dapat membantu mensejahterakan masyarakat yang kurang mampu, termasuk delapan asnaf yang berhak menerima zakat. Salah satu manfaat berzakat adalah sebagai bentuk rasa syukur dan membersihkan harta yang telah diperoleh. Adapun ketentuan zakat yaitu ketika hasil yang telah mencapai hisab. Nisab adalah batas minimal jumlah harta atau hasil yang harus dimiliki seseorang sebelum zakat menjadi wajib. (Muhammad Faizzudin, Afifudin, 2024)

Pemanfaatan zakat oleh lembaga yang menerima dan menyalurkan dana zakat akan diarahkan pada usaha pengembangan ekonomi rakyat fakir miskin sehingga akan menjadi jalan mengatasi kemiskinan ditengah-tengah warga, dibanding pembayaran zakat melalui perorangan pembayaran zakat melalui lembaga akan dapat pemeratakan penikmatan dana zakat dan dapat memberikan pengembangan serta pendampingan agar terbebas dari mustahik. (Angriyani, 2019)

Tabel 1 Penghimpun dana ZIS Lazismu Kota Medan (2020-2024)

Tahun	Zakat Maal	Zakat Profesi	Zakat Fitrah	Zakat Pertanian	Zakat Perdagangan	Infak	Sedekah	Total Penghimpunan
2020	Rp 100.000.000	Rp 10.000.000	Rp. 5.000.000	Rp 2.000.000	Rp 3.000.000	Rp 50.000.000	Rp. 20.000.000	Rp 190.000.000
2021	Rp 120.000.000	Rp 12.000.000	Rp 6.000.000	RP 2.500.000	Rp 4.000.000	Rp 60.000.000	Rp 25.000.000	Rp 229.500.000
2022	Rp 130.000.000	Rp 15.000.000	Rp 7.000.000	Rp 3.000.000	Rp 5.000.000	Rp 70.000.000	Rp 30.000.000	Rp 260.000.000
2023	Rp 140.000.000	Rp 18.000.000	Rp 8.000.000	Rp 3.500.000	Rp 6.000.000	Rp 80.000.000	Rp 35.000.000	Rp. 290.500.000
2024	Rp 150.000.000	Rp 20.000.000	Rp 9.000.000	Rp. 4.000.000	Rp 7.000.000	Rp 90.000.000	Rp 40.000.000	Rp. 320.000.000

Berdasarkan data yang sudah disusun, terlihat adanya peningkatan konsisten dari tahun 2020 hingga 2024 dalam saluran kategori penghimpunan ZIS :

1. Zakat Maal meningkat dari Rp 100 juta menjadi Rp 150 juta, naik sekitar 50% dalam lima tahun.
2. Zakat Profesi naik dari Rp 10 juta ke Rp 20 juta, mengalami dua kali lipat peningkatan.
3. Zakat Fitrah pun meningkat meski lebih stabil, dari Rp 50 juta menjadi 9 juta.
4. Zakat Pertanian dan Zakat Perdagangan juga tumbuh, walaupun nominalnya masih kecil dibanding zakat Maal dan Infak.
5. Infak dan Sadekah masing-masing naik stabil setiap tahun.

Permasalahan yang masih ada walaupun peningkatan, masih ada beberapa permasalahan yang perlu di perhatikan:

- a. Kurangnya pemahaman tentang jenis zakat, banyak masyarakat yang masih hanya tahu zakat fitrah. Zakat pertanian dan zakat perdagangan masih kurang populer sehingga jumlahnya sedikit.
- b. Belum meratanya literasi zakat, tidak semua kalangan, terutama di lapisan menengah ke bawah, memahami tata cara pembayaran zakat yang benar (misalnya syarat nisab dan haul).
- c. Ketergantungan pada momen tertentu, penghimpunan zakat masih banyak bergantung pada momentum ramadhan, belum merata sepanjang tahun.
- d. Masih ada masyarakat yang lebih memilih berzakat secara langsung

kepada individu daripada lembaga resmi seperti Lazismu.

Dari peningkatan ZIS Lazismu kota Medan Dari Tahun 2020 hingga 2024 menunjukan bahwa Strategi Komunikasi Lazismu cukup berhasil, namun masih diperlukan penguat edukasi tentang ragam zakat serta perluasan jaringan sosialisasi agar semua jenis zakat (seperti zakat pertanian dan perdagangan dll) juga bisa berkembang.

Membayar zakat hukumnya adalah wajib. jika seseorang meninggalkan kewajibannya itu maka tidak sempurna keimanannya kepada Allah hal ini juga mendapatkan ancaman yang cukup pedih dari Allah bagi orang-orang yang enggan mengeluarkan zakatnya, tentu dengan harta yang dimiliki seperti emas, perak dan lain-lain.(Rahmah et al., 2021)

Sebagaimana firman Allah dalam Qs. At-Taubah : 34-35

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن كَثِيرًا مِّنَ الْأَخْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ
وَالْفِضَّةَ وَلَا ينفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ

Atinya :

“Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menginfakkannya di jalan Allah, maka berikanlah kabar gembira kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih.”(34)”(Ingatlah) Pada hari Ketika emas dan perak dipanaskan dalam neraka jahanam., lalu dengan itu distrika dahi, lambung dan punggung mereka (seraya dikatakan) kepada mereka, “Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah (akibat dari) apa yang kamu simpan.”

Rasullulah Bersabda

عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: "بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى
خَمٍّ، س: شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، وَإِقَامِ الصَّلَاةِ، وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ، وَصَوْمِ
رَمَضَانَ، وَحَجِّ الْبَيْتِ

“Dari Ibnu Umar Radhiallahu ‘anhuma berkata: Rasullulah bersabda: ‘Islam dibangun atas lima perkara: bersaksi bahwa tiada tuhan selain Allah dan Muhammad adalah Rasulullah, mendirikan shalat, menunaikan zakat, berpuasa di bulan Ramadhan, dan melaksanakan Haji bagi yang mampu”

Lazismu, sebagai lembaga amil zakat resmi, berperan besar dalam mengelola, mengedukasi, dan mendorong masyarakat untuk sadar zakat. Oleh karena itu, penelitian tentang Strategi Komunikasi Lazismu dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat tentang Pentingnya Zakat menjadi sangat berguna, agar strategi yang digunakan dapat lebih efektif dalam menyentuh masyarakat luas, memperkuat kepercayaan, serta meningkatkan penghimpunan zakat di Kota Medan. Lazismu adalah entitas atau lembaga zakat nasional yang berperan dalam mengorganisasikan masyarakat lewat penggunaan dana zakat produktif, infaq, shodaqoh, wakaf, dan sumber dana filantropi lainnya, yang bersumber dari perorangan maupun entitas, baik itu sektor privat atau pemerintah. Alasan pendirian lembaga amil zakat infaq dan sadaqah Muhammadiyah (Lazismu) terletak pada tingkat kemiskinan yang tinggi di Indonesia, yang memberikan dampak pada tingkat pendidikan, kualitas sumber daya manusia, dan standar Kesehatan masyarakat yang masih perlu ditingkatkan.(Amsari et al., 2023), Keterampilan para pengurus Lazismu dalam menggalang dana Ziswaf secara digital melalui strategi crowdfunding berbasis website dan afiliasi. (Sani et al., 2023)

Lazismu kota Medan merupakan lembaga nasional yang bergerak dalam penghimpunan dana penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqah. Didalam pengembangan amanahnya, ada beberapa problematika yang harus dihadapi serta tantangan yang harus dijalani. Seperti masih minimnya pengetahuan warga terhadap lembaga ini. Kemudian, masih adanya masyarakat yang menyalurkan dana zakatnya perorangan. (Tanjung, 2022)

Lazismu dibentuk atas dasar persoalan kemiskinan di tengah-tengah masyarakat dan upaya zakat yang diyakini mampu memberikan sumbangsih dalam pengetasan kemiskinan masyarakat, potensi zakat yang besar serta dengan pengelolaan pendayagunaan yang baik diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan. (Rahmah et al., 2021)

Dengan judul skripsi saya "Strategi Komunikasi Lazismu dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat tentang Pentingnya Zakat" sangat relevan untuk Kota Medan. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, seperti skripsi berjudul "Strategi Lazismu Kota Medan dalam Komunikasi Persuasif Membangun Kesadaran Masyarakat Berzakat dan Shadaqah" yang menunjukkan bahwa Lazismu Kota Medan menggunakan strategi komunikasi langsung atau tatap muka dalam mengedukasi masyarakat, yang berhasil meningkatkan antusiasme masyarakat dalam berzakat dan bershadaqah.(Studi et al., 2024) Oleh karena itu penting sekali melanjutkan penelitian tentang **Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah :

1. Rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat
2. Kurangnya pemahaman atas peran lazismu sebagai lembaga pengelola zakat
3. Tantangan Lazismu dalam meningkatkan kesadaran masyarakat
4. Kurangnya sosialisasi Lazismu

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Lazismu kota Medan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat?
2. Apa saja kendala yang dihadapi Lazismu kota Medan dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat?
3. Apa tantangan yang dihadapi Lazismu dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh lazismu kota Medan dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat tantangan pentingnya zakat.

2. Untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi lazismu kota Medan dalam pelaksanaan strategi komunikasinya.
3. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Lazismu dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menunaikan zakat.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

- a. Menambah wawasan dan pemahaman penelitian tentang strategi komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat terhadap zakat.
- b. Memberikan pengalaman langsung dalam melakukan penelitian kualitatif, khususnya terkait studi kasus pada Lembaga amil zakat seperti lazismu.

2. Bagi Mahasiswa

- a. Memberikan referensi tambahan bagi mahasiswa yang ingin mendalami topik pengelolaan zakat dan strategi komunikasi dalam Lembaga amil zakat.
- b. Memotivasi mahasiswa untuk lebih memahami peran zakat dalam Pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat

3. Bagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

- a. Memberikan kontribusi ilmiah berupa penelitian yang dapat meningkatkan reputasi universitas dalam bidang kajian zakat dan perbankan syariah
- b. Menjadi salah satu bukti implementasi visi dan misi universitas dalam mendukung penelitian yang bermanfaat bagi Masyarakat luas.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdisri dari lima (5) bab, dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, manfaat

penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Pada bab ini memaparkan teori-teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan meliputi : kajian pustaka, kajian penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini mengungkapkan sejumlah cara yang terdapat mengenai uraian-uraian tentang metode dan Langkah-langkah penelitian secara oprasional meliputi : rencana penelitian, kehadiran penelitian, tahapan penelitian, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data dan Teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini mendeskripsikan tentang : deskripsi penelitian, temuan penelitian, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir atau penutup ini, berisi tentang Kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan strategi komunikasi harus mampu menunjukkan oprasioanalnya secara praktis, artinya pendekatan yang digunakan dapat berbeda bergantung pada situasi dan kondisi.(Angriyani, 2019)

Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, Teknik dan cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memerhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. (Angriyani, 2019)

Strategi komunikasi juga dapat dikatakan sebagai panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Arifin Anwar menyatakan bahwa elemen yang harus diperhatikan didalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator. Sumber lain menyebutkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. (Sudarman, 2018)

Dalam konteks lembaga zakat, transparansi merupakan bagian dari strategi komunikasi yang efektif untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan publik. Menurut Isra Hayati, Irfan, dan Widia Astuty (2024), transparansi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat. Berdasarkan teori tersebut, penerapan sistem pelaporan digital yang terbuka dapat menjadi sarana komunikasi strategis bagi Lazismu untuk memperkuat

hubungan dengan masyarakat.(Isra Hayati et al., 2024)

b. Tahapan Strategi Komunikasi

Strategi tidak cukup hanya perumusan jinsip dan implementasi terhadap strategi tersebut melainkan harus memiliki tahapan berikut beberapa tahapannya:

1. Penelitian

Penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui problematik yang dihadapi suatu Lembaga. Problematic bisa dalam bentuk wabah penyakit yang akan menyerang anggota Masyarakat, kerugian Perusahaan, ketidakpercayaan terhadap organisasi, dan lain sebagainya.

2. Perencanaan

Perencanaan adalah Tindakan yang akan diambil setelah memperoleh hasil penelitian. Perencanaan komunikasi. Dengan demikian, diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentu sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen), dan efek yang diharapkan.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah Tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah dibuat. Pelaksanaan dapat dilakukan dalam bentuk tayangan televisi, wawancara di radio, pemasaran iklan di surat kabar, pembagian stiker kepada target sasaran, pemasangan baliho atau spanduk di jalanan, dan pemberangkatan tim penyuluhan untuk bertatap muka dengan komunitas di likasi yang menjadi target sasaran.

4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Misalnya apakah daya *exposure* media yang digunakan dapat mencapai target sasaran, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima, dan Tindakan yang telah dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan.

5. Pelaporan

Pelapor ialah untuk program selanjutnya. Tapi jika dalam laporan itu ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi atau memodifikasi program yang akan dilakukan.(Aditya, 2019)

c. Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara mikro (*planned multi-media strategi*) maupun secara mikro (*single communication medium strategi*) mempunyai fungsi ganda.

- 1) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
- 2) Menjembatani “*cultural gap*” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasikan media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.(Aditya, 2019)

2. Kesadaran Masyarakat

a. Tingkat Pengetahuan Dan Kesadaran Masyarakat

Kesadaran masyarakat merupakan suatu hal yang penting terhadap pelaksanaan zakat, tanpa peran serta masyarakat yang bertindak sebagai muzakki pengelola zakat tidak akan berjalan secara optimal, terkhusus kepada kegiatan penghimpunan. Namun, kenyataan yang terjadi di lapangan dari hasil wawancara bersama masyarakat yang dijadikan responden masih ada masyarakat yang kurang memiliki pengetahuan zakat. Selain itu ada juga masyarakat yang mengetahui kewajiban zakat *maal* namun tidak menunaikan zakatnya. Namun disisi lain ternyata masih ada masyarakat yang masih mempunyai kesadaran berzakat. Mereka mengetahui zakat *maal* dan melaksanakannya sebagai kewajiban, dan terakhir masyarakat yang mengeluarkan zakat tapi tidak memiliki

pengetahuan mengenai zakat *maal*. (Amaliah S et al., 2023)

**Tabel 2 Estimasi Jumlah Penduduk Muslim Dan Muzakki Kota Medan
(2024)**

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Total penduduk kota Medan (2024)	2.540.000 Jiwa	100%
Jumlah penduduk muslim	1.698.190 Jiwa	66,85%
Estimasi muzakki yang membayar zakat	740.000 Jiwa	43,6%
Estimasi muslim yang belum membayar zakat	95.190 Jiwa	56,4%

Dari data diatas menunjukkan bahwa dari total penduduk Muslim di Kota Medan pada tahun 2024, diperkirakan hanya sekitar 43,6% yang aktif membayar zakat. Hal ini mencerminkan bahwa lebih dari setengah populasi Muslim di kota ini belum sepenuhnya menyadari atau memahami kewajiban zakat (NASIONAL, n.d.)

b. Peraturan Yang Kurang Mendukung Kewajiban Zakat

Kesadaran masyarakat yang meningkat dalam pembayaran zakat dapat secara signifikan meningkat jumlah penerimaan zakat, bisa lebih besar jika para muzakki dapat dipaksa membayar zakat melalui badan atau lembaga resmi dan diakui pemerintah, seperti: BAZNAS, LAZ, serta dalam pengumpulan amil diberikan tugas dan wewenang menjemput zakat secara langsung kepada muzakki. Undang-undang nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, belum ada pasal yang mengatur tentang sanksi bagi muzakki yang tidak menunaikan kewajiban membayar zakat dan atau sanksi bagi yang tidak membayar zakat ke lembaga yang resmi. Demikian juga dalam

Peraturan pemerintah nomor 14 tahun 2014 juga tidak menyinggung tentang kewajiban muzakki membayar zakat, tetapi hanya menjelaskan sanksi bagi amil yang tidak amanah dalam pengumpulan, perdayagunaan, dan pendistribusian zakat. Artinya, undang-undang nomor 23 tahun 2011 dan peraturan pemerintah nomor 14 tahun 2014 tentang pengelolaan zakat, hanya menetapkan bahwa pembayaran zakat bersifat sukarela serta ancaman bagi amil yang tidak profesional dalam pengelolaan zakat. (Baharuddin et al., 2023)

c. Faktor Penghambat Dalam Optimalisasi Zakat

Melihat dari berbagai sumber referensi, bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengerahui pentingnya peranan zakat dalam kehidupan masyarakat. Selain itu, masyarakat (muzakki) juga banyak yang enggan dan kurangnya kesadaran dalam membayar zakat. Hal ini tentu berdampak pula pada masyarakat (mustahiq) yang belum menerima zakat.

Faktor tersebut diawali dengan rendahnya digitalisasi zakat. Selain itu, kualitas SDM masih sangat jauh dalam pengelolaan keuangan zakat, kurangnya transparansi lembaga zakat, tidak adanya kewajiban wajib zakat, serta kurang pembangunan infrastruktur. Pemerintah, masyarakat, serta lembaga pengelola zakat harus bersama-sama memperbaiki kondisi tersebut. Mengingat potensi penerimaan zakat di Indonesia sangatlah besar. (Alivian et al., 2023)

Secara yuridis undang-undang zakat baru menegaskan adanya sanksi hukum bagi pengelola zakat yang menyimpang. Bila UU sebelumnya sanksi pidana relative rendah, UU ini menegaskan tambahan sanksi pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) kepada setiap orang melakukan pendistribusian zakat. (Siti Mujiatun, 2016)

3. Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat menurut kata adalah suatu bentuk ibadah pada Allah SWT menggunakan cara mengeluarkan kadar harta tertentu yang harus dikeluarkan dari syariat Islam serta diberikan pada golongan atau pihak yang berhak menerima. Zakat berdasarkan undang-undang no.23 tahun 2011 perihal pengelolaan zakat dijelaskan bahwa zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Zakat termasuk rukun Islam dan sering diartikan sebagai pengeluaran wajib berdasarkan perhitungan tertentu. (Naula & Anwar, 2021)

Zakat Fitrah merupakan kewajiban bagi setiap jiwa ,dan laki-laki maupun Wanita, anak kecil atau dewasa, berpuasalah ia ataupun tidak. Bagaimana orang yang berpergian yang tidak melaksanakan puasa atau sebab lainnya, ia tetap harus menunaikan zakat fitrah. Zakat fitrah wajib bagi setiap orang yang mengalami hidup pada akhir ramadan, walaupun sesaat, dan pada malam pertama bulan Syawal walau sesaat, dan memiliki kecukupan makan untuk dirinya dan orang-orang yang menjadi tanggung jawab pada hari (raya).(SUHUFIL, 2024)

Zakat fitrah diwajibkan pada tahun kedua hijriyah, yaitu tahun diwajibkannya puasa bulan Ramadan untuk mensucikan orang yang berpuasa dari ucapan kotor dan perbuatan yang tidak ada gunanya, untuk memberikan makanan pada orang-orang yang miskin dan mencukupkan mereka dari kebutuhan dan meminta minta pada hari raya. (SUHUFIL, 2024) Hal ini didasarkan pada firman Allah Swt dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah/2 ayat 43 yang berbunyi :

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَبُوا مَعَ الرِّكْعَيْنِ ۚ

Artinya :

“Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan rukuklah

berdasarkan orang-orang yang rukuk” maksudnya adalah : sholat berjama’ah dapat pula diartikan : tunduklah kepada perintah- perintah Allah Bersama-sama orang-orang yang tunduk.

b. Dasar Hukum Zakat

Zakat berdasarkan pada Al-Qur’an dan sunnah bahwa harta yang dimiliki oleh manusia adalah titipan dan Amanah yang Allah berikan serta berguna untuk sosial. Hal ini dapat dilihat dari dalil-dalil, baik dari Al-Qur’an maupun yang terdapat dari sunnah,(Amsari, 2016) antara lain sebagai berikut:

1) Dalam Al-Qur’an

Dalam Al-Qur’an terdapat banyak ayat yang menjelaskan tentang kewajiban berzakat, antara lain: kata zakat dalam banyak definisi disebutkan 30 kali dalam Al-Qur’an dua puluh tujuh diantaranya disebutkan Bersama dalam satu ayat Bersama sholat Allah menyebutkan kewajiban mendirikan shalat beriringan dengan kewajiban menunaikan zakat. (Untari et al., 2023)

Kata atau sebutan zakat tercantum juga dalam surat At-taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah maha mendengar lagi maha

2) Dalam Hadist

Dalam sebuah hadist dijelaskan bahwa Ketika nabi SAW ditanya tentang apakah itu Islam, nabi menjawab bahwa Islam itu ditegaskan pada lima pilar utama, sebagaimana bunyi hadist berikut ini: “Ketika nabi SAW ditanya apakah itu Islam? Nabi menjawab: Islam adalah mengikrarkan bahwa tidak ada tuhan selain Allah dan Muhammad adalah Rasulnya, mendirikan salat, membayar zakat, berpuasa pada bulan Ramadhan dan naik haji bagi yang mampu melaksanakannya, (Hadist Muttafaq’alah). (Untari et al., 2023)

3) Dalam Hukum Nasional

Pemberlakuan hukum zakat di Indonesia dilihat dari sejarahnya dimulai dari era kemerdekaan sampai era reformasi. Lahirnya regulasi hukum yang berbeda-beda dipengaruhi oleh kondisi-kondisi yang melatabelakanginya, seperti motif politik pemerintah yang berkuasa, ekonomi serta keagamaan. (Nurainum, 2023)

Dasar hukum utama yang menjadi landasan pengelola zakat saat ini adalah undang-undang nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Undang-undang ini memberikan panduan dalam pengelolaan zakat oleh Lembaga resmi seperti badan amil zakat nasional (BAZNAS) dan Lembaga amil zakat (LAZ) yang diakui pemerintah. Pasal 3 undang-undang ini menegaskan bahwa zakat merupakan bentuk ibadah yang memiliki dimensi sosial ekonomi dalam mendukung kesejahteraan masyarakat. (LUBIS, 2022)

Meskipun sudah ada regulasi yang mengatur pengelola zakat, undang-undang ini belum secara eksplisit menetapkan sanksi bagi muzakki yang tidak menunaikan kewajiban zakat. (Baharuddin et al., 2023)

Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

- a) Pasal 1 ayat 1: "Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang Muslim atau badan usaha yang dimiliki oleh orang Muslim sesuai dengan ketentuan syariat Islam."
- b) Pasal 3: "Pengelolaan zakat bertujuan untuk meningkatkan

efektifitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat
c) dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan
kesejahteraan masyarakat. (Hakim, 2016)

c. Syarat Dan Jenis Harta Wajib Zakat

Allah telah memerintahkan kepada kita semua makhluknya untuk memungut atau mengambil zakat dari Sebagian harta mereka (muzakki) untuk diberikan kepada mustahiq. Jadi zakat yang dimaksud untuk membersihkan harta benda milik orang lain, yang dengan sengaja ataupun tidak sengaja, telah masuk kedalam harta kita. Dalam pengumpulan harta benda yang diperoleh karena persaingan yang tidak sehat. Sehingga untuk membersihkannya dari kemungkinan ada hak-hak orang lain. Maka zakat wajib dikeluarkan. (Angriyani, 2019)

a) Syarat-syarat wajib zakat

1. Beragama Islam
2. Merdeka
3. Harta yang dipunyai telah mencapai *nisab*
4. Kepemilikan penuh
5. Telah melewati *haul* (satu tahun), kecuali zakat pada tanaman.

Umat Islam yang memenuhi syarat-syarat di atas wajib mengeluarkan zakat fitrahnya atas nama mereka dan nama setiap anggota keluarga yang mereka asuh, baik dewasa, anak-anak, laki-laki maupun Perempuan. Penyerahan zakat sebelum hari raya idul fitri. Selama waktu itu, zakat mal wajib bagi setiap muslim yang Merdeka serta memiliki satu nishab dari salah satu jenis harta yang wajib dikeluarkan zakatnya. Zakat mal hukumnya wajib dikeluarkan jika telah mencapai haul (selama satu tahun). (Fahmi, 2019)

b) Harta wajib zakat

Macam-macam zakat mal dan zakat fitrah yang wajib dikeluarkan zakatnya oleh muzakki yaitu:

1. Zakat emas, perak dan logam lainnya;
2. Zakat uang dan surat berharga lainnya;
3. Zakat perniagaan;
4. Zakat pertanian, perkebunan, dan kehutanan;
5. Zakat peternakan dan perikanan;
6. Zakat pertambangan;
7. Zakat perindustrian;
8. Zakat pendapatan jasa; dan
9. Zakat rikaz.

Sedangkan zakat fitrah dapat berupa beras (makanan pokok) atau diganti dengan uang yang senilai dengan beras (makanan pokok) tersebut. (LUBIS, 2022)

d. Mustahik zakat

Adapun orang-orang yang berhak penerima zakat atau mustahik ada 8 kelompok, yaitu

- 1) Fakir, yaitu orang yang sengsara kehidupannya, tidak mempunyai harta dan tenaga untuk memenuhi kebutuhan pokok hidupnya.
- 2) Miskin. Yaitu orang yang tidak cukup penghidupannya dan dalam keadaan kekurangan meskipun memiliki pekerjaan dan sumber pendapatan.
- 3) Amil, yaitu orang yang diberi tugas untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana zakat
- 4) Mu'allaf, orang-orang yang telah masuk agama Islam dan berhak menerima zakat.
- 5) Riqab, yaitu orang-orang dalam perbudakan. Zakat dapat diberikan kepada katagori ini untuk memerdekakan mereka.
- 6) Gharimin, yaitu orang yang berhutang dan tidak sanggup untuk membayar khususnya yang berhutang karena untuk kepentingan yang bukan maksiat.
- 7) Sabilillah, yaitu orang-orang yang berjuang melakukan peperangan membela agama Islam.
- 8) Ibnu sabil, yaitu orang yang sedang dalam perjalanan dan mengalami kesulitan. (Suwandi & Samri, 2022)

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu memiliki peran penting dalam memberikan landasan teori dan arah dalam penelitian. Dengan mengkaji penelitian-penelitian yang relevan, peneliti dapat memahami perkembangan kajian terkait serta mengidentifikasi kekurangan yang perlu dilengkapi dalam penelitian ini. Dengan judul *Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat*, dan pola komunikasi organisasi filantropi Islam.

Tabel berikut menyajikan ringkasan penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penting dalam penelitian ini, meliputi judul penelitian, metode yang digunakan, serta hasil penelitian. Analisis ini diharapkan dapat memperkuat landasan teoritis dan mengarahkan penelitian untuk mengisi celah-celah yang belum terjawab dalam kajian sebelumnya

Tabel 3 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Hasil
1	Muhammad Suhufi	Strategi komunikasi dakwah lazismu dalam meningkatkan kesadaran masyarakat menunaikan zakat di kecamatan ujung pandang kota makassar	Kualitatif	Berdasarkan dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa lazismu makassar mengimplementasikan konsep-konsep strategi komunikasi dakwahnya kepada Masyarakat sekitar khususnya kepada masyarakat diluar dari lingkup kader Muhammadiyah dengan strategi yang berbeda dari lembaga-

				lembaga yang lain. Sehingga ini menjadi salah satu pengaruh perkembangannya lembaga zakat Lazismu makassar lebih banyak dikenai oleh masyarakat dan menjadi daya tarik untuk pengeluaran zakat dari sebagian harta hartannya di Lazismu makassar.
2	Henny sumarja	Strategi komunikasi lembaga amil zakat infaq dan sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) dalam meningkatkan partisipasi umat berzakat di kota parepare	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan strategi komunikasi Lazismu untuk menarik minat umat dalam berzakat di kota parepare mencakup tiga hal penting yaitu, 1) strategi komunikator; 2) strategi pesan; 3) strategi media. Ketiga strategi tersebut terbukti efisien membantu lazismu dalam proses penyebaran informasi tentang zakat dan

				mudah diterima oleh masyarakat.
3	Nur Aviah	Strategi komunikasi lembaga amil zakat infaq dan sedekah Muhammadiyah grasik dalam membangun partisipasi masyarakat dalam zakat infaq dan sedekah.	Kualitatif	Strategi komunikasi internal efektif mendukung kinerja staff dan amil lazisu grasik, komunikasi dua arah dan keterbukaan komunikasi mendorong keterlibatan aktif anggotannya. Perencanaan program kerja dilakukan melalui rapat internal masing-masing divisi. Pemberian pelatihan pada amil dan staff sebagai sarana pengembangan sumber dayanya. Pemberian <i>rewarding</i> penting dilakukan dalam memotivasi kinerja, namun kriteria penerima maupun bentuk <i>rewarding</i> belum dituliskan dalam aturan yang pasti.
4	Khofifah Nur	Strategi promosi	Kualitatif	Lazismu sebagai

	Aprilia	program penarikan zakat lazismu di Twitter.		lembaga pengelola zakat dalam menjalankan tugasnya selalu berpegang teguh pada amanah. Dengan diaudit langsung KAP 3 sekaligus selain disamping LPPK PP Muh menjadikan lazismu sebagai Lembaga zakat terpercaya. Disamping itu dalam menjalankan promosi program penyaluran zakat di twitter Lazismu menggunakan teori komunikasi pemasaran yaitu bauran promosi.
5	Desti Nabila Putri	Strategi Lazismu rejang lebong dalam menarik minat masyarakat untuk membayar zakat	Kualitatif	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwasanya strategi Lazismu rejang lebong dalam menarik minat masyarakat untuk membayar zakat yaitu menggunakan strategi

				POAC untuk mencapai tujuan yang diinginkan karena dirasa dengan menggunakan strategi tersebut akan lebih efektif dan efisien. Adapun aspek-aspek dalam manajemen terdiri dari <i>planning</i> , <i>organizing</i> , <i>actuating</i> , dan <i>controlling</i> (POAC).
--	--	--	--	---

Untuk memperjelas posisi penelitian ini, berikut disajikan perbandingan antara penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu, baik dari segi persamaan maupun perbedaannya.

a. Persamaan

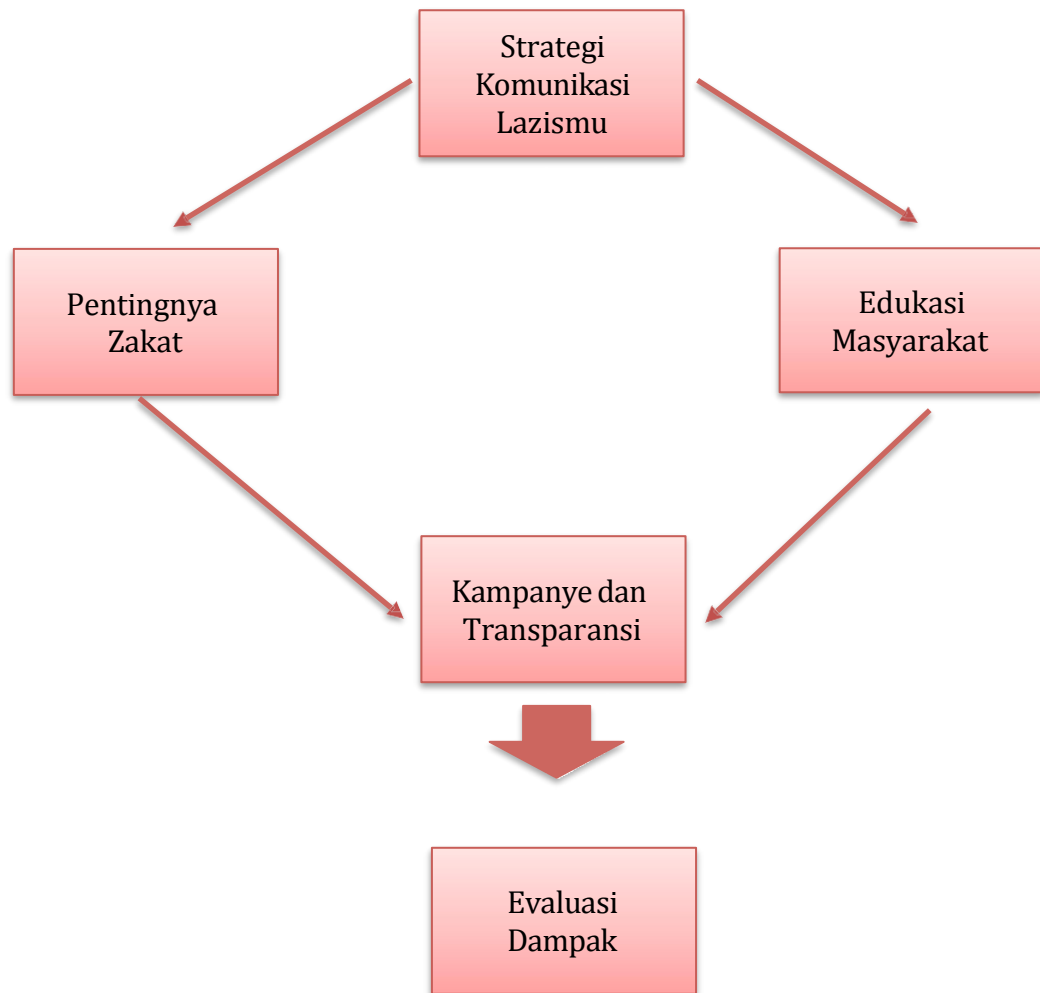
Penelitian ini memiliki beberapa persamaan dengan penelitian terdahulu. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Suhufi, Nur Aviah, dan Khofifah Nur Aprilia, penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Selain itu, kesamaan lainnya terletak pada fokus kajian mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh lembaga atau organisasi dalam upaya menyampaikan pesan kepada masyarakat. Baik penelitian terdahulu maupun penelitian ini sama-sama menyoroti pentingnya efektivitas komunikasi dalam membangun kesadaran, kepercayaan, dan partisipasi masyarakat terhadap program yang dijalankan lembaga. penelitian terdahulu lebih fokus pada aspek komunikasi tertentu, seperti komunikasi dakwah di Makassar (Muhammad Suhufi), strategi komunikasi internal di Gresik (Nur Aviah), serta promosi digital di media sosial Twitter (Khofifah Nur Aprilia).

b. Perbedaan

Perbedaan lainnya terlihat dari kontribusi penelitian. Skripsi penulis menawarkan rekomendasi strategis yang komprehensif dan aplikatif untuk meningkatkan efektivitas komunikasi Lazismu di Kota Medan. Sebaliknya, penelitian terdahulu cenderung hanya memberikan analisis deskriptif tanpa menyajikan solusi yang terstruktur dan aplikatif. Dengan demikian, penelitian penulis tidak hanya memberikan wawasan baru dalam konteks Kota Medan, tetapi juga berpotensi menjadi referensi strategis bagi Lazismu di daerah lain.

C. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini yang berjudul *Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat*, kerangka pemikiran ini memiliki peran penting dalam menggambarkan konsep-konsep yang mendasari penelitian serta hubungan antarvariabel yang dikaji, kerangka pemikiran ini akan menjadi landasan teoritis dalam memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh Lazismu dan dampaknya terhadap kesadaran masyarakat.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian *kualitatif deskriptif*. *Kualitatif* adalah metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada sesuatu objek yang alamiah. Objek dalam penelitian yaitu objek alamiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak di manipulasi baik keadaan ataupun kondisinya, sehingga metode ini di sebut *deskriptif* yang merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan masalah bagaimana adanya. (Rashid, 2022)

Metode *deskriptif* adalah suatu metode dalam penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat *deskriptif*, Gambaran atau tulisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai sifat-sifat, fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. (Dr. Bambang Sigit Widodo, S.Pd, 2021)

Pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan kualitatif. Dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk memahami kejadian tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya tingkalaku, pemikiran, semangat, kegiatan, fenomena yang ditemukan di lapangan dan lain-lain. Dan dengan cara deskripsi atau menjelaskan dalam bentuk kata-kata dan Bahasa, pada suatu konteks apa yang kita lihat, dan dengarkan secara langsung di lapangan, khusus yang ilmiah dan dengan di manfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif ini juga digunakan untuk mencari tau, menggambarkan, menemukan, dan menjelaskan semua permasalahan yang ada di lapangan, serta melihat perkembangan kondisi dari pengaruh sebuah kejadian yang ada di lapangan tersebut. (Rashid, 2022)

Jenis penelitian ini jika ditinjau berdasarkan tempat maka termasuk kedalam jenis penelitian lapangan yaitu penelitian tentang ***Strategi***

Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat. Penelitian lapangan ini adalah jenis penelitian.

B. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka penulis menetapkan lokasi penelitian yang digunakan yaitu berada di Kota Medan.

2. Waktu penelitian

Waktu untuk penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Januari 2025 - April 2025 kurang lebih empat bulan, dengan rincian dua bulan proses pengumpulan data-data dan dua bulan pengelolaan data dalam bentuk penyajian skripsi dan juga proses bimbingan.

Table 4 Waktu Penelitian

Jenis Kegiatan	Waktu Penelitian															
	Desember / Januari				Februari / Maret				Mei / April				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																
Penyusunan Proposal																
Bimbingan Proposal																
Seminar Proposal																
Penelitian																
Bimbingan Skripsi																
Sidang Skripsi																

C. Sumber data penelitian

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data pokok yang diperoleh langsung dari narasumber yang kaitannya dengan permasalahan yang penulis teliti kepada pengurus Lazismu Kota Medan. (Undari Sulung, 2021) Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung.

2. Sumber data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, data ini di ambil dari sumber yang sudah ada seperti makalah jurnal, internet, buku, dan data yang lainnya yang dapat dijadikan referensi. (Undari Sulung, 2021) Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui berbagai literatur yang relevan, seperti laporan Lazismu, dan jurnal.

D. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulann data adalah cara yang digunakan peniliti untuk mengumpulkan data penilitian. Teknik pengumpulan data pada penilitian kualitatif umumnya menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. (Undari Sulung, 2021)

1. Obeservasi

Penelitian melakukan pengamana terhadap kegiatan-kegiatan pada program kerja yang dilakukan oleh pihak pengurus Lembaga Lazismu dengan ikut langsung dalam tiap kegiatan Lazismu yang mengandung unsur komunikasi dakwah untuk meningkatkan kesadaran berzakat.

2. Wawancara

Peneliti menggunakan metode ini untuk mendapatkan informasi yang valid tentang Lazismu Kota Medan dalam mengumpulkan data, dalam hal ini peniliti mengambil sampel dari Lembaga Lazismu

3. Dokumentasi

Peneliti mengambil dokumentasi setiap kegiatan Lazismu yang berhubungan dengan komunikasi untuk meningkatkan untuk meningkatkan kesadaran berzakat di Kota Medan.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengola, memudahkan, mengelompokkan, dan memasukkan sejumlah data yang di kumpulkan di lapangan secara *empiris* menjadi sebuah Kumpulan informasi ilmiah yang terstruktur dan sistematis yang selanjutnya siap di kemas menjadi laporan hasil penelitian. (Undari Sulung, 2021)

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menggunakan metode analisis data, yaitu menggunakan metode yang bersifat *kualitatif deskriptif*. Sehingga dengan metode tersebut, data yang terkumpul dapat dilaksanakan dengan baik dalam penerapannya.

Analisis data dalam penelitian *kualitatif* diterapkan pada saat pengumpulan data dengan memulai menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber, yaitu narasumber dari hasil wawancara. Adapun tiga teknik analisis data dalam penelitian *kualitatif* sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan metode yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan analisis sehingga dapat menyimpulkan data yang telah dikumpulkan dengan mempersingkat, mempertegas, dan membuat maksudnya lebih padat dengan membuang hal-hal yang tidak penting sehingga mudah dipahami dengan benar.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang telah didapatkan dari narasumber yang dengan dapat menarik kesimpulan dan pengambilan data Tindakan unntuk disajikan dalam bentuk *naratif* dan *table*.

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah melewati tahapan-tahapan sebelumnya maka prroses selanjutnya adalah penarikan Kesimpulan atau *verifikasi* data. (Undari Sulung, 2021)

F. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan standar kebenaran suatu data hasil penelitian yang lebih menekankan pada data/ informasi dari pada sikap dan jumlah orang. Pada dasarnya uji keabsahan data dalam sebuah penelitian, hanya di tekankan pada uji validitas dan reabilitas.(Husnullail et al., 2024)

1. Triangulasi

Terkait dengan pemeriksaan data, triangulasi berarti suatu Teknik pemeriksaan keabsahaan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan hal-hal (data) lain untuk pengecekan atau perbandingan data. Triangulasi bertujuan untuk meningkatkan validitas dan rehabilitas data dengan memastikan bahwa temuan penelitian tidak bias atau subjektif.

2. Kredibilitas

Meminta responden memverifikasi hasil wawancara atau temuan penelitian dan menghabiskan lebih banyak waktu dalam penelitian untuk menemani fenomena lebih dalam. Focus pada aspek penting dan relevan dalam penelitian, menidentifikasi dan menganalisis data yang bertentang dengan pola umum.

3. Transferabilitas

Menyajikan data dengan detail agar bisa diterapkan di konteks lain menggunakan berbagai informan atau situasi untuk mendapatkan perspektif yang luas.

4. Dependabilitas

Mencatat proses penelitian secara rinci agar bisa direplikasi, mendiskusikan temuan dengan sesame penelitian untuk mendapatkan perspektif lain. (Abdurrohman, 2022)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI LEMBAGA PENELITIAN

1. Sejarah Lazismu Kota Medan

Lazismu adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pemberdayaan secara produktif dana zakat, infaq, shadaqah dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya.

Didirikan oleh PP. Muhammadiyah pada tahun 2002, selanjutnya dikukukan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No. 457/21 November 2002. Dengan telah berlakunya Undang-undang zakat nomor 23 tahun 2011, peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014, dan keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 333 tahun 2015. Lazismu sebagai lembaga Amil Zakat Nasional telah dikukuhkan kembali melalui SK Menteri Agama Republik Indonesia nomor 730 tahun 2016 lalu di perpanjang kembali dengan nomor 90 tahun 2022.

Lazismu Kota Medan berdiri sejak Januari Tahun 2019 ditandai dengan launching dan pembentukan badan pengurus oleh PDM Kota Medan. Surah keputusan Badan Pengurus Lazismu Pimpinan Pusat Muhammadiyah No.003.BP/KEP/I.17/B/2019 dan Pimpinan Wilayah Sumatera Utara No:056.BP/KEP/II.19/B/2024 Tentang Pembentukan Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Daerah Kota Medan.

Sebagai lembaga tingkat kota, Lazismu Kota Medan berperan strategis dalam mengelola dana zakat, infaq, dan sedekah untuk membantu masyarakat. Dengan komitmen pada transparansi dan akuntabilitas, Lazismu mendukung program kemanusiaan, pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi sesuai syariat Islam dan nilai-nilai Muhammadiyah.



Gambar 2 Lazismu Kota Medan

2. Visi dan Misi Lazismu Kota Medan

a. Visi

Sebagai Lembaga Amil Zakat yang mengelola dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah untuk mewujudkan atau berfokus pada pemberdayaan.

b. Misi

1. Komitmen meningkatkan dana ZIS secara amanah, profesional, dan transparan.
2. Meningkatkan pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif, dan produktif.
3. Meningkatkan pelayanan donatur.

3. Tujuan Lazismu Kota Medan

Sebelum membahas Strategi Komunikasi Lazismu Kota Medan Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Zakat, penting untuk memahami terlebih dahulu visi, misi, serta tujuan dari Lembaga ini. Tujuan–tujuan tersebut menjadi dasar pijakan dalam merancang berbagai program dan Strategi Komunikasi yang dijalankan. yaitu sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas pengelolaan ZIS.
- b. Meningkatkan pendayagunaan ZIS.

- c. Meningkatkan pelayanan donatur.
- d. Menyediakan program-program sosial.
- e. Membantu meringankan beban masyarakat kurang mampu.
- f. Menjalani kemitraan dengan berbagai pihak.

4. Program Lazismu Kota Medan

Lazismu Kota Medan memiliki sejumlah program utama yang menjadi bagian dari upaya meningkatkan kesadaran dan kesejahteraan masyarakat. Lazismu memiliki sembilan pilar program yang dirancang untuk menyentuh berbagai aspek kehidupan masyarakat, namun dalam penelitian ini hanya diuraikan beberapa program yang mewakili keseluruhan kegiatan Lazismu.

- a. Program Zakat Dan Infaq

Merupakan program utama penghimpunan dana dari masyarakat untuk disalurkan kepada mustahik melalui berbagai bentuk bantuan sosial dan ekonomi.

- b. Pilar Pendidikan

Memberikan bantuan biaya pendidikan, beasiswa, dan pengadaan sarana-prasarana belajar bagi anak-anak dari keluarga kurang mampu.

- c. Pilar Ekonomi

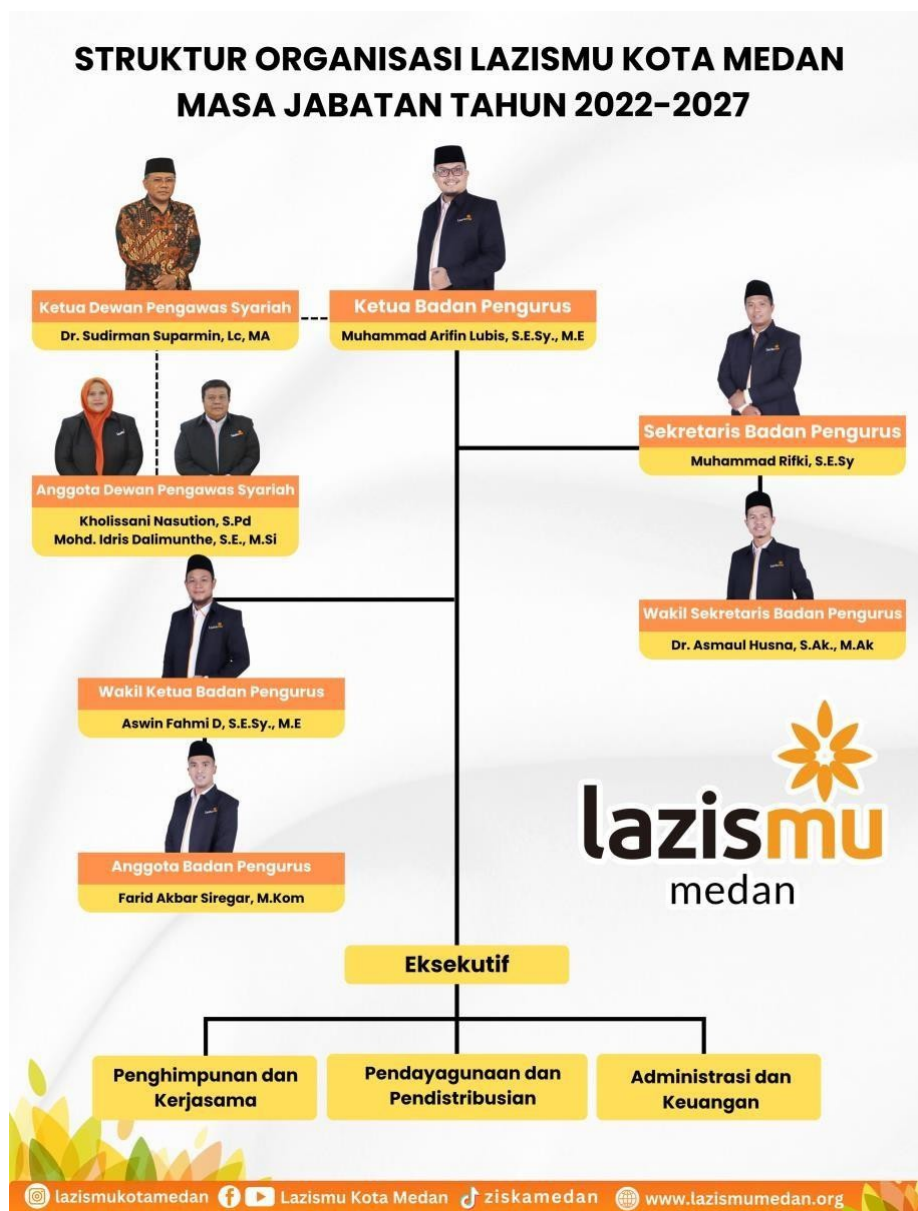
Berfokus pada pemberdayaan ekonomi mustahik melalui pelatihan wirausaha dan bantuan modal usaha kecil.

- d. Pilar Sosial Dakwah

Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya zakat melalui penyuluhan agama, pelatihan dai, dan kegiatan dakwah lainnya.

5. Struktur Organisasi Lazismu Kota Medan

Struktur organisasi Lazismu kota Medan menunjukkan susunan peran dan tanggung jawab masing-masing bagian. Struktur ini penting untuk mendukung kelancaran penghimpunan dan penyaluran zakat. Berikut adalah struktur organisasi Lazismu kota Medan yang berlaku saat ini.



Gambar 3 Struktur Organisasi Lazismu Kota Medan 2022-2027

B. HASIL PENELITIAN

1. Strategi Komunikasi Lazismu Kota Medan

Dalam wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu Nurul Sastia Diningsih, selaku Kordinator Penghimpunan Digital Konvensional Dan Pendayagunaan di Lazismu kota Medan, dijelaskan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Lazismu kota Medan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan edukatif. Komunikasi yang dilakukan Lazimu menyesuaikan dengan karakteristik masyarakat kota Medan yang beragam, mulai dari kalangan

urban, masyarakat awam, hingga komunitas pendidikan. Dengan pendekatan adaptif, Lazismu merancang strategi komunikasi yang mampu menjangkau semua golongan umat Islam secara merata, tanpa memandang latar belakang organisasi. Dan dijelaskan bahwa pendekatan yang mereka gunakan antara lain meliputi sosialisasi tatap muka, Gerakan Amal Sholeh (GAS), kerja sama dengan sekolah, media sosial, dan komunikasi personal melalui tim konsenter.

Penulis : “Bu Nurul, strategi apa saja yang digunakan Lazismu dalam mengedukasi masyarakat?”

Ibu Nurul : “Kami aktif melakukan sosialisasi, baik di masjid-masjid, dan sekolah, kami juga punya tim khusus yang kami sebut konsenter, yang setiap hari menghubungi masyarakat untuk menjelaskan tentang zakat dan program Lazismu, dan juga melakukan kampanye Gerakan Amal Sholeh (GAS) di masjid-masjid.”

Penulis : “Apakah strategi tersebut efektif menjangkau masyarakat luas?”

Ibu nurul : “Alhamdulillah sangat efektif, karena masyarakat cenderung lebih terbuka jika kita datang langsung atau berbicara secara personal. Kami tidak hanya memberi informasi, tapi juga membina dan menjawab pertanyaan mereka.”

Penulis : “Bu Nurul, apakah Lazismu Kota Medan juga memanfaatkan media sosial atau strategi digital untuk mengedukasi masyarakat?”

Ibu Nurul : “Iya, kami aktif menggunakan sosial media. Karena kebanyakan orang sekarang lebih sering buka HP dibanding datang langsung ke kantor. Di situ kami buat ajakan zakat, program infaq, dan edukasi jenis-jenis zakat dalam bentuk poster, video, atau caption yang mudah dimengerti.”

Untuk memperkuat penyampaian dakwah zakat di era digital, Lazismu kota Medan memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, sebagai sarana komunikasi strategis. Melalui media ini, mereka menyampaikan ajakan zakat, informasi program sosial, hingga dokumentasi penyaluran dana zakat dan infak.

Berikut ini adalah dokumentasi virtual dari unggahan akun resmi

instagram @lazismukotamedan, yang menunjukkan bentuk strategi digital Lazismu dalam mengedukasi dan menyapa masyarakat secara daring:



Gambar 4 Ajakan Zakat Lazismu

2. Kendala Yang Dihadapi Lazismu Kota Medan

Meskipun strategi komunikasi telah dilakukan secara menyeluruh, namun Lazismu kota Medan tetap menghadapi berbagai kendala di lapangan. Kendala ini berasal dari persepsi masyarakat, keterbatasan sumber daya manusia, hingga kurangnya literasi zakat. Hal ini dijelaskan langsung oleh ibu Nurul Sastia Diningsih, selaku Kordinator Penghimpun Digital Konvensional Dan Perdayagunaan.

Penulis : “Bu nurul, Tantangan apa saja yang sering ibu hadapi dalam menjalankan strategi komunikasi ini?”

Ibu Nurul : “Salah satu kendalanya adalah sebagian masyarakat masih menganggap Lazismu hanya untuk warga Muhammadiyah. Padahal, kami terbuka untuk semua umat islam. Tapi persepsi seperti itu kadang menghambat kami saat masuk ke lingkaran baru.

Penulis : “Apakah ada kendala dari penerimaan masyarakat secara langsung, misalnya respon yang kurang baik?”

Ibu Nurul : “Iya, kadang ada masyarakat yang skeptis. Mereka ragu apakah zakat benar-benar sampai ke penerima manfaat. Ini yang membuat kami harus lebih transparan dan rutin membuat laporan publikasi, baik secara digital maupun cetak. Tapi Alhamdulillah, perlahan kepercayaan masyarakat mulai tumbuh.”

3. Tantangan Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat

Selain kendala teknis, Lazismu juga menghadapi tantangan dari sisi kesadaran masyarakat. Masih banyak masyarakat yang belum memahami jenis-jenis zakat selain zakat fitrah. Berikut penjelasan Ibu Nurul mengenai hal ini:

Penulis : “Bagaimana Ibu melihat tantangan pemahaman masyarakat terhadap zakat?”

Ibu Nurul : “Banyak masyarakat belum tahu bahwa zakat itu ada macam-macamnya. Mereka kira cukup zakat fitrah saja. Tapi setelah kami sosialisasi, mereka mulai tahu tentang zakat profesi, dan zakat hasil pertanian, dan lainnya.”

Penulis : “Apakah sosialisasi itu cukup membantu perubahan pola pikir masyarakat?”

Ibu Nurul : “Alhamdulillah, sangat membantu. Masyarakat mulai sadar bahwa membayar zakat itu harus sesuai syariat, dan lewat lembaga seperti Lazismu, distribusinya jadi lebih tepat sasaran.”

C. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan sejumlah informasi mengenai strategi komunikasi, kendala dan tantangan yang dihadapi Lazismu kota Medan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat. Pada bagian ini, penulis akan membahas temuan tersebut secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian.

1. Strategi Komunikasi Lazismu Kota Medan Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Zakat

Lazismu Kota Medan menepkan strategi komunikasi yang dirancang secara bertahap dan terstruktur untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat. Strategi ini tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap lembaga amil zakat, serta mengedukasi tentang syariat zakat secara benar.

Pendekatan komunikasi yang digunakan Lazismu kota Medan terdiri dari:

- a. Sosialisasi tatap muka, seperti ceramah di masjid, penyuluhan di sekolah, kampanye Gerakan Amal Sholeh (GAS) di masjid-masjid dan forum pengajian masyarakat. Melalui pendekatan ini, komunikasi dilakukan secara langsung dan interaktif, sehingga masyarakat dapat mengajukan pertanyaan dan menerima penjelasan secara jelas dari pihak Lazismu.
- b. Tim konsenter, yang bertugas melakukan komunikasi personal kepada masyarakat. Mereka menjalin hubungan secara langsung dengan calon muzakki untuk menjelaskan program zakat, menjawab pertanyaan, serta membina kesadaran secara berkelanjutan.
- c. Media sosial dan komunikasi digital, seperti Instagram, WhatsApp Broadcast, TikTok dan webside. Konten yang dibagikan meliputi poster edukasi zakat yang dikelola secara profesional.

Strategi ini tidak bersifat tunggal, melainkan kombinatif. Artinya, komunikasi dilakukan dengan memadukan pendekatan langsung dan digital untuk menjangkau semua segmen masyarakat, baik dari kalangan tua maupun generasi muda. Edukasi yang disampaikan meliputi jenis-jenis zakat (maal, profesi, perdagangan, pertanian, dsb), perhitungan zakat, serta manfaat sosial dan spiritual dari berzakat melalui lembaga resmi.

Pendekatan komunikasi dua arah ini menjadi kekuatan utama dalam membentuk pemahaman baru masyarakat, dimana Lazismu bukan sekedar lembaga penerima zakat tetapi juga mitra dakwah dan pemberdayaan umat.

2. Kendala Yang Dihadapi Lazismu Kota Medan Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Zakat

Meskipun strategi yang diterapkan terbilang efektif, dalam praktiknya Lazismu kota Medan masih menghadapi berbagai kendala di lapangan, baik dari faktor eksternal maupun internal lembaga.

a. Kendala Eksternal

Salah satu kendala utama adalah persepsi masyarakat yang keliru tentang Lazismu. Banyak masyarakat mengira bahwa Lazismu hanya diperuntukkan bagi warga Muhammadiyah saja. Hal ini membuat sebagian masyarakat enggan untuk menyalurkan zakat melalui lembaga ini, karena menganggapnya eksklusif. Padahal, Lazismu adalah lembaga nasional yang terbuka untuk seluruh umat Islam tanpa memandang latar belakang organisasi.

Selain itu, masih terdapat keraguan terhadap transparansi lembaga, terutama dari masyarakat yang belum familiar dengan mekanisme pengelolaan zakat secara kelembagaan. Mereka lebih memilih menyalurkan zakat secara langsung ke penerima karena merasa lebih yakin dana sampai ke tangan mustahik.

b. Kendala Internal

Kendala internal yang dihadapi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga terkait dengan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap peran dan fungsi Lazismu sebagai lembaga amil zakat resmi. Meskipun Lazismu telah memiliki legalitas nasional dan terbuka untuk seluruh umat Islam, masih banyak masyarakat yang memandangnya sebagai lembaga eksklusif milik Muhammadiyah. Anggapan ini menjadi tantangan internal karena menghambat perluasan jangkauan komunikasi, terutama di lingkungan yang tidak memiliki keterkaitan dengan Muhammadiyah.

Selain itu, belum adanya narasi komunikasi yang secara konsisten menegaskan inklusivitas Lazismu menyebabkan pesan dakwah zakat sering kali tidak diterima secara utuh oleh masyarakat di luar lingkungan

internal Muhammadiyah. Hal ini menunjukkan bahwa perlu ada perbaikan dalam desain komunikasi organisasi, khususnya pada cara Lazismu membangun citra dan hubungan dengan masyarakat umum.

Kendala lain yang muncul dari sisi internal adalah kurangnya variasi media komunikasi terutama di kalangan masyarakat yang tidak aktif di media sosial. Selama ini, pendekatan yang digunakan masih sangat mengandalkan metode konvensional dan digital umum seperti Instagram, ceramah di masjid, dan forum dakwah. Namun belum menyeluruh platform-platform yang lebih kontekstual sesuai kelompok usia dan segmentasi lokal masyarakat, seperti radio lokal, komunikasi ibi-ibu, atau organisasi pemuda.

Untuk mengatasi hal ini, Lazismu kota Medan perlu membangun pendekatan komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan menjangkau lintas komunitas. Perlu juga adanya strategi pencitraan ulang (rebranding) agar masyarakat memahami bahwa Lazismu adalah milik umat, bukan hanya satu golongan.

3. Tantangan Lazismu Kota Medan Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat Secara Berkelanjutan

Tantangan utama yang dihadapi Lazismu adalah rendahnya literasi zakat di kalangan masyarakat. Banyak masyarakat yang belum memahami bahwa zakat bukan hanya zakat fitrah yang dibayarkan setiap ramadan, tetapi juga zakat maal, zakat profesi, zakat pertanian, zakat perdagangan, dan lainnya yang wajib ditunaikan bila telah mencapai nisab dan haul.

Kurangnya pengetahuan ini menyebabkan rendahnya partisipasi dalam pembayaran zakat secara syariat. Masyarakat lebih familiar dengan sedekah, dan banyak yang beranggapan bahwa bersedekah sudah cukup untuk menggantikan zakat. Padahal, zakat adalah kewajiban yang memiliki aturan jelas dalam Islam, dan tidak bisa digantikan dengan infak atau sedekah.

Tantangan lainnya adalah minimnya kesadaran untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Banyak masyarakat masih terbiasa memberikan zakat langsung kepada penerima, tanpa mempertimbangkan efisiensi distribusi dan keberlanjutan manfaat. Padahal melalui lembaga seperti Lazismu, dana zakat

dapat dikelola secara produktif, didistribusikan secara adil, dan mampu meningkatkan taraf hidup para mustahik secara sistematis.

Untuk mengatasi tantangan ini, Lazismu perlu terus melakukan:

- a. Kampanye literasi zakat secara massif, baik secara langsung maupun digital.
- b. Trasparansi publikasi laporan penghimpunan dan penyaluran zakat, agar kepercayaan masyarakat meningkat.
- c. Penguatan narasi inklusif bahwa Lazismu adalah lembaga terbuka untuk semua umat Islam, serta penegasan bahwa membayar zakat melalui lembaga bukan hanya sah, tetapi juga dianjurkan karena lebih tepat.

Dengan peningkatan kapasitas internal dan strategi komunikasi yang adaptif, tantangan ini dapat diatasi secara bertahap. Lesadaran masyarakat pun akan tumbuh jika edukasi dilakukan secara konsisten, berkelanjutan, dan disampaikan dengan pendekatan yang sesuai dengan konteks sosial masyarakat kota Medan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai **Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat**, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Lazismu kota Medan bersifat variatif, menyeluruh, dan adaptif terhadap kondisi masyarakat. Lazismu tidak hanya mengandalkan komunikasi satu arah, tetapi menerapkan pendekatan yang mengedepankan interaksi, edukasi, dan penyadaran. Beberapa strategi yang digunakan antara lain sosialisasi tatap muka, pemanfaatan media sosial, pelaksanaan program Gerakan Amal Sholeh (GAS), kerja sama dengan sekolah-sekolah melalui gerakan infak pendidikan, serta pendekatan personal melalui tim konsenter yang secara aktif menelpon masyarakat untuk menjelaskan program dan pentingnya berzakat.

Meski demikian, dalam implementasinya Lazismu tetap menghadapi tantangan seperti persepsi eksklusivitas sebagai lembaga Muhammadiyah, rendahnya literasi zakat di masyarakat awam dan penolakan dari beberapa masyarakat.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Lazismu kota Medan telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat. Upaya yang dilakukan terus berkembang dan menunjukkan arah yang positif dalam membangun budaya zakat yang kuat, profesional, dan berbasis komunitas.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan konstruktif bagi Lazismu kota Medan dalam mengembangkan strategi komunikasinya ke depan:

1. Intensifkan sosialisasi langsung ke masyarakat
Lazismu sebaiknya memperluas cakupan sosialisasi tatap muka ke berbagai kalangan masyarakat, tidak terbatas pada lingkungan Muhammadiyah saja. Perkuat personal branding dan kolaborasi lintas organisasi
2. Lazismu perlu memperkuat personal branding melalui kolaborasi dakwah tokoh-tokoh lintas organisasi, sehingga pesan zakat dapat diterima oleh masyarakat luas tanpa hambatan identitas kelembagaan
3. Meningkatkan kemampuan komunikasi para konsenter
Diperlukan pelatihan rutin bagi tim lapangan untuk meningkatkan keahlian menyampaikan pesan dakwah zakat dengan bahasa ringan, persuasif, dan mudah dipahami masyarakat dari berbagai latar belakang.
4. Mengembangkan strategi konten digital yang menarik dan mendidik
Setiap strategi komunikasi perlu evaluasi dengan data yang terukur agar Lazismu dapat terus beradaptasi dan menyusun pendekatan yang lebih tepat sesuai kebutuhan masyarakat kota Medan.
5. Disarankan agar Lazismu Kota Medan mengembangkan sistem pelaporan digital melalui tautan atau platform daring yang dapat diakses secara umum oleh para muzakki dan masyarakat. Dengan adanya link pelaporan kegiatan zakat, infaq, dan sedekah tersebut, para pemberi zakat dapat memantau secara langsung penyaluran dan penggunaan dana yang telah mereka titipkan. Langkah ini tidak hanya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas lembaga, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap Lazismu sebagai lembaga pengelola zakat yang profesional dan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA AMIL ZAKAT SUKOHARJO DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT*. 9, 356–363.
- Aditya, R. A. (2019). Strategi Komunikasi Baznas Dalam Menyosialisasikan Pembayaran Zakat Secara Online Di Perusahaan E-Commerce. *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 3, 103–111.
- Alivian, I., Lesmana, K. S., Amri Budianto, M. F., & Abdulaziz Jatmala, S. R. (2023). Faktor Rendahnya Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Zakat Di Indonesia. *Ekonomi Islam*, 14(1), 63–77. <https://doi.org/10.22236/jei.v14i1.9056>
- Amaliah S, R., Anwar, N., & Khatman, M. N. (2023). Strategi Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menunaikan Zakat Mal Di Baznas Kabupaten Barru. *Investama : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.56997/investamajurnalekonomidanbisnis.v9i01.801>
- Amsari, S. (2016). *Analisis Efektifitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus LAZISMU Pusat)*. 1, 1–23.
- Amsari, S., Hayati, I., Affandi, A., & Jf, N. Z. (2023). Pelatihan Fundraising Berbasis Digital Marketing Bagi Amil Untuk Meningkatkan Penghimpunan Zakat, Infak Dan Shodaqoh Pada Lazismu Kabupaten Langkat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 4681. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.16887>
- Angriyani, N. (2019). Strategi Komunikasi Baznas Kepahiang Dalam Menghimpun Zakat. (*Doctoral Dissertation, IAIN Curup*).
- Baharuddin, B., Siradjuddin, S., Rahman, D., & Arif, W. (2023). Kesadaran Berzakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Takalar. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7(2), 326–342. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v7i2.41016>
- Dr. Bambang Sigit Widodo, S.Pd, M. P. (2021). Metode Penelitian Pendidikan. In https://repository.unesa.ac.id/sysop/files/2022-03-10_Buku%2022_bambang%20sigit.pdf.
- Fahmi, A. (2019). *Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Zakat, Infaq, Shadaqah Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah*

(LAZISMU) Kota Medan.

- Hakim, B. R. (2016). Analisis Terhadap Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat (Perspektif Hukum Islam). *Syariah Jurnal Hukum Dan Pemikiran*, 15(2), 155–166. <https://doi.org/10.18592/syariah.v15i2.552>
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(0), 1–23.
- LUBIS, M. A. (2022). Analisis Pengelolaan Zakat Di Lazis Muhammadiyah (LAZISMU) Kota Medan Berdasarkan Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 23. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v3i2.324>
- Muhammad Faizzudin, Afifudin, U. N. (2024). *ANALISIS PERSEPSI DAN KESADARAN MASYARAKAT PETANI DALAM MEMBAYAR ZAKAT PERTANIAN*.
- Muhammad Suhufil, Abbas Baco Miro, M. S. Y. (2024). *Strategi Komunikasi Dakwah Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menunaikan Zakat Di Kecamatan Ujung Pandang Kota Makassar Muhammad*.
- NASIONAL, B. A. Z. (n.d.). *No Title*.
- Naula, N., & Anwar, A. (2021). *Peningkatan Perolehan Zakat*. 04(04), 1346–1359.
- Nurainum. (2023). Studi Kritis Legislasi Hukum Zakat dan Perwakafan. *Ar Risalah*, 3(2), 30–39.
- Rahmah, N. I., Komunikasi, S., Middleton, J., & Daerah, B. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR BAHASA PROVINSI KALIMANTAN TIMUR DALAM MEMPERTAHANKAN BAHASA DAERAH. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(4), 85–98.
- Rashid, F. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF Teori, Metode, Dan Praktek*.
- Sani, A., Rasyid, M. A., & Afandi, A. (2023). Pelatihan Manajemen Strategi Penghimpunan ZISWAF Secara Digital Pada Pengurus LAZISMU Kabupaten Langkat. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(6), 2041–2047.

- Siti Mujiatun. (2016). *Analisis Pelaksanaan Upaya Pengentasan Kemiskinan di Kota Medan*. 1–245.
- Studi, P., Komunikasi, I., & Masyarakat, K. H. (2024). *Strategi lazismu kota medan dalam komunikasi persuasif membangun kesadaran masyarakat berzakat dan shadaqah*.
- Sudarman, A. (2018). Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 39–58. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>
- SUHUFU, M. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH LAZISMU DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT MENUNAIKAN ZAKAT DI KECAMATAN UJUNG PANDANG KOTA MAKASSAR SKRIPSI. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Suwandi, A., & Samri, Y. (2022). Peran LAZISMU (Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Sadaqah Muhammadiyah) dalam Mengentaskan Kemiskinan Masyarakat Kota Medan. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 3(2), 15–30. <https://doi.org/10.15642/mzw.2022.3.2.15-30>
- Tanjung, A. F. Y. S. J. N. (2022). Permasalahan Serta Solusi Dalam Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Zis Di Lazismu Kota Medan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 3591–3598.
- Undari Sulung, M. M. (2021). MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN : PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.
- Untari, E. R., Mawarni, S., & Hidayat, A. (2023). Legitimasi Hukum Zakat Di Indonesia. *Mitsaqan Ghalizan*, 3(2), 59–74. <https://doi.org/10.33084/mg.v3i2.6322>
- Isra Hayati, Irfan, & Widia Astuty. (2024). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Kepercayaan Muzakki pada Lembaga Pengelolaan Zakat dengan Literasi Zakat Sebagai Variabel Intervening pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Langkat. *Economic Reviews Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i2.346>

LAMPIRAN 1

Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Pihak Lazismu Kota Medan

Nama narasumber	: Ibu Nurul Sastia Diningsih
Jabatan	: Kordinator Penghimpun Digital Konvensional Dan Pendayagunaan
Tempat Wawancara	: Kantor Lazismu Kota Medan
Tanggal Wawancara	: 10 April 2025
Penanya	: Aulia Mustika

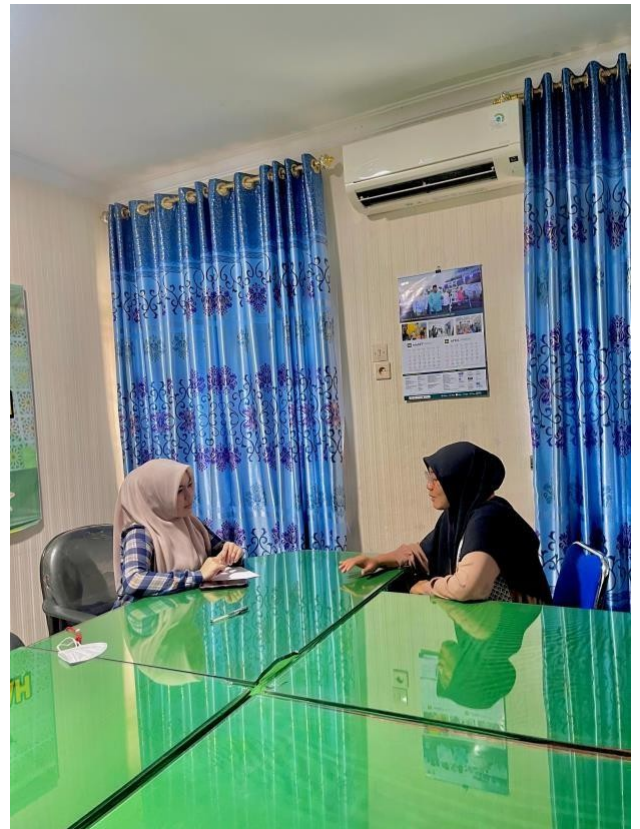
Pertanyaan Wawancara

1. Strategi apa saja yang digunakan Lazismu dalam mengedukasi masyarakat?
2. Apakah strategi tersebut efektif menjangkau masyarakat luas?
3. Apakah Lazismu kota Medan juga memanfaatkan media sosial atau strategi digital untuk mengedukasi masyarakat?
4. Bagaimana respons masyarakat terhadap strategi komunikasi yang dilakukan?
5. Adakah program kerja sama dengan sekolah-sekolah atau komunitas dalam penyuluhan zakat?
6. Tantangan apa saja yang sering ibu hadapi dalam menjalankan strategi komunikasi ini?
7. Apakah ada kendala dari penerimaan masyarakat secara langsung misalnya respon yang kurang baik?
8. Bagaimana ibu melihat tantangan pemahaman masyarakat terhadap zakat?
9. Apakah sosialisasi itu cukup membantu perubahan pola pikir masyarakat?

LAMPIRAN 2

A. Dokumentasi Wawancara

Dokumentasi berikut ini merupakan bukti visual pelaksanaan wawancara antara penulis dengan Ibu Nurul Sastia Diningsih, salah satu pengurus Lazismu kota Medan. Dokumentasi ini diambil pada saat sesi wawancara berlangsung dan berfungsi sebagai pelengkap dari transkrip yang telah disajikan dalam lampiran.



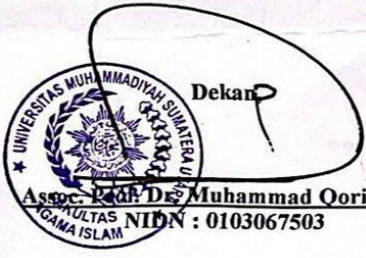
Gambar 5 Dokumentasi Wawancara Penulis dengan Narasumber

B. Strategi Komunikasi Lazismu Kota Medan Melalui sosial media



LAMPIRAN 3

A. Izin Surat Riset Di Lazismu Kota Medan

 UMSU Unggul Cerdas Terpercaya Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya	MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003 https://fai.umsu.ac.id fai@umsu.ac.id umsu.medan umsu.medan umsu.medan umsu.medan	
Nomor	: 172/II.3/UMSU-01/F/2024	28 Syaban 1446 H
Lamp	: -	27 Februari 2025 M
Hal	: Izin Riset	
Kepada Yth : Pimpinan Lazismu Kota Medan di-		
<u>Tempat.</u>		
<i>Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh</i>		
Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :		
Nama	: Aulia Mustika	
NPM	: 2101270009	
Semester	: VII	
Fakultas	: Agama Islam	
Program Studi	: Perbankan Syariah	
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Lazismu Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Zakat	
Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.		
<i>Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh</i>		
		 Dekan Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA NIDN : 0103067503
CC. File		

B. Surat Balasan Izin Riset Lazismu Kota Medan



Nomor : 177.BP/III.19/G/2025
Lampiran : -
Perihal : **Surat Balasan Izin Riset**

Medan, 06 Muharram 1447 H
02 Juli 2025 M

Kepada Yth,
Pimpinan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.,

Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Kota Medan telah menerima surat dari Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 172/II.3/UMSU-01/F/2024 tanggal 27 Februari 2025 M perihal: *Izin Riset*, berdasarkan keputusan Badan pengurus LAZISMU Kota Medan dengan ini memberikan Izin Riset kepada Mahasiswa/i yang bersangkutan dibawah ini.

Nama : Aulia Mustika
NPM : 2101270009
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi/ T.A : STRATEGI KOMUNIKASI LAZISMU DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TENTANG
PENTINGNYA ZAKAT

Demikian Surat balasan Izin Riset ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, seraya berdoa kiranya Allah SWT meridhoi atas segala usaha dan upaya yang kita lakukan. Aamiin.

BADAN PENGURUS
LEMBAGA AMIL ZAKAT, INFAQ DAN SHADAQAH MUHAMMADIYAH (LAZISMU)
PIMPINAN DAERAH MUHAMMADIYAH KOTA MEDAN

Ketua

Muhammad Arifin Lubis, S.E.Sy, M.E
NKTAM: 1.226.458

Sekretaris

Muhammad Rifki, S.E.Sy
NKTAM: 1.287.122