

Abstrak

Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Sadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Dalam Mendapatkan Donatur (Studi Kasus Lazismu Kota Yogyakarta)

Banyaknya lembaga pengelola zakat menjadikan donatur (muzakki) dihadapkan dengan beragam pilihan untuk menentukan lembaga pengelola zakat yang bisa dipercaya, sesuai dengan kualifikasi tujuannya dalam penyaluran dana zakatnya. Lembaga zakat, infaq, sadaqah Muhammadiyah (Lazismu) merupakan lembaga zakat tingkat nasional yang telah memiliki cabang diseluruh wilayah hampir seluruh Indonesia. Hal ini tentunya tidak lepas dari strategi komunikasi yang dikelola dengan baik pada donatur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Lazismu dalam mendapatkan donatur dan untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam mendapatkan donatur.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis induktif, melalui penyajian dalam bentuk data deskriptif. Adapun pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian dilakukan di Lazismu Kota Yogyakarta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya, Lazismu Kota Yogyakarta menggunakan strategi komunikasi dengan media lini bawah berupa brosur serta melalui kerja sama dengan berbagai pihak seperti sekolah dan masjid yang dibawahi Muhammadiyah. Memiliki jaringan organisasi multi lini di seluruh dunia menjadi faktor pendukung bagi Lazismu Kota Yogyakata dalam mendapatkan donatur. Adapun faktor yang menghambat adalah pengelolaan data yang masih dilakukan secara manual, pemanfaatan penyajian secara komputerisasi yang belum sepenuhnya maksimal serta kurangnya sumber daya manusia di dalam Lazismu Kota Yogyakarta.

Keywords : Strategi Komunikasi, Donatur.

ABSTRAK

Communication Strategy Of Zakat, Infaq and Sadaqah Institution of Muhammadiyah (Lazismu) In Obtaining Donors

(Case Study Lazismu Kota Yogyakarta)

The number of institutions making donors charity Manager (muzakki) faced with a wide array of options to determine the institution of Zakah Manager who could be trusted, in accordance with the qualification goal in channeling Zakat funds. Lembaga zakat, infaq, sadaqah Muhammadiyah (Lazismu) is a national charity institution which has branches throughout the country have nearly all of Indonesia. This is certainly not escape the communication strategy that is well managed on donors. This research aims to find out how the communication strategy undertaken by the Lazismu Yogyakarta city in getting to know your donors and supporters and an inhibitor of factor in getting donors.

This research used qualitative approach with inductive analysis techniques, through representation in the form of descriptive data. As for data collection includes observation, interview and documentation. This research was conducted in Lazismu city of Yogyakarta. The results of this study indicate that, Lazismu of Yogyakarta using the strategy of communication with the media's bottom line in the form of brochures as well as through cooperation with various parties including the school and the mosque are slaved to the Muhammadiyah. Have a multi line network of organizations throughout the world into supporting factor for Lazismu City Yogyakata in getting donors. As for the factors that impede the management data that is still done manually, the utilization of the presentation in the maximum has not been fully computerized and lack of human resources in Lazismu City

Keywords : Communication Strategy, Donors