BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi ialah salah satu bagian terpenting dan juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik dikenalnya maupun belum dikenalnya sama sekali. Komunikasi mempunyai peran yang sangat penting bagi kehidupan manusia.[1] Melalui serangkaian tingkatan berurutan dengan melibatkan unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.

Pentingnya komunikasi tidak hanya dalam kehidupan sesama manusia, tetapi di dalam organisasi komunikasi juga sama pentingnya. Jadi dengan komunikasi yang baik, organisasi dapat berjalan dengan lancar, berhasil dan begitu sebaliknya, jika kurangnya komunikasi dalam sebuah organisasi maka akan berantakan. Hal ini mengartikan bahwa tanpa komunikasi tidak akan terjadi interaksi, saling bertukar pengetahuan dan pengalaman.

Sebuah lembaga didalamnya terdapat organisasi yang menjalankan tugas dan fungsi dari sebuah lembaga tersebut. Suatu organisasi dalam sebuah lembaga tentunya terdapat humas yang bertugas membantu menjabarkan dan mencapai tujuan lembaga tersebut. Dimana perannya sebagai wahana komunikasi ke dalam maupun keluar dari organisasi. Komunikasi ke luar dengan masyarakat

---

[1] Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. (Jakarta: Kencana 2013). hal. 1

tentunya berfungsi sebagai jembatan yang menjembatani cita-cita dan aspirasi masyarakat secara timbal balik.

Tidak hanya komunikasi, peran humas dalam setiap lembaga dan organisasi dianggap penting. Strategi komunikasi juga diperlukan untuk meningkatkan hasil-hasil yang telah dicapai. Sikap *profesionalisme* lembaga yang bekerja secara profesional dengan sungguh-sungguh, disertai pengetahuan maupun keterampilan pada bidang tertentu, mewujudkan hasil kinerja maupun guna mencapai sasaran yang optimal dan terbaik.

Melalui usaha mewujudkan tujuan sebuah lembaga dan organisasi yang dapat menjadi kepercayaan masyarakat, serta dapat dikatakan sebagai sebuah lembaga dan organisasi yang dikenal berhasil. Inovasi, kreatifitas dan kerja nyata juga menjadi hal penting dalam sebuah lembaga, dengan begitu lembaga menjadi semakin berkembang dan lebih maju.

Sebagai salah satu lembaga sosial, komponen paling penting adalah adanya donatur. Donatur merupakan orang yang memberikan sumbangan berupa dana maupun berupa barang – barang yang layak secara tetap kepada suatu perkumpulan dan sebagainya. Salah satu lembaga sosial dalam pemberdayaan masyarakat yang sudah beroperasi sejak lama melalui pendayagunaan secara produktif dana infaq, zakat dan wakaf ataupun yang lainnya adalah Lembaga Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU).

Zakat adalah salah satu rukun Islam yang menjadi suatu kewajiban umat islam. Zakat merupakan ibadah satu –satunya yang dalam syariat Islam secara

gamblang ada petugasnya. Kewajiban berzakat dilakukan untuk dapat mengurangi tingkat kemiskinan yang ada di masyarakat.

Lazismu merupakan lembaga zakat tingkat nasional, yang telah memiliki cabang hampir diseluruh wilayah Indonesia. Salah satu keunggulan yang dimiliki Lazismu yaitu jejaring organisasi multi lini diseluruh dunia. Maksudnya adalah memiliki jaringan organisasi yang berbasis pimpinan Muhammadiyah, tempat ibadah, sekolah, perguruan tinggi, rumah sakit, panti asuhan dan amal usaha Muhammadiyah lainnya. [2]

Pada tahun 2017, Lazismu mempunyai 189 kantor layanan. jaringan kerjanya meliputi regional Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Sumatera dan Indonesia Timur. Posisi terbanyak pertama di pulau Jawa ada 116 kantor, dengan kemungkinan terkait kepadatan jumlah penduduk. Kedua, di Sumatera ada sekitar 42 kantor,[3] salah satunya Lazismu Yogyakarta.

Jumlah lembaga zakat yang berkembang di Daerah Istimewa Yogyakarta, terdapat 38 lembaga berupa Lembaga Amil Zakat (LAZ), BAZDA maupun UPZ yang tercatat. Namun banyak yang belum memiliki surat keterangan dari Kementrian Agama dan verifikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

---

[2] https://pdmjogja.org/jejaring-organisasi-lazismu-di-kota-yogyakarta/, diakses pada tanggal 30 Maret 2018 pukul 11.45.

[3] https://www.lazismu.org/outlook-lazismu-2017-optimalisasi-zakat-menuju-indonesia-berkemajuan/. Diakses pada tanggal 29 Maret 2018 Pukul 12.00.

DIY. Hanya sekitar 10 lembaga zakat yang telah mengantongi surat izin resmi dari Kemenag DIY.[4]

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. Hal ini juga memperngaruhi persaingan di antara banyak lembaga pengelola zakat dalam meraih kepercayaan para donatur untuk menyalurkan dananya. Lembaga pengelola zakat yang turut bersaing dalam menyalurkan zakat para donatur yaitu Lazismu kota Yogyakarta.

Lazismu kota Yogyakarta sudah mulai beroperasi semenjak tahun 2011, merupakan lembaga kemanusiaan pendayagunaan yang pengelolaan zakatnya menggunakan manajemen modern dengan menjadikan zakat sebagai faktor dari penyelesai masalah (*problem solver*) sosial yang terus berkembang di masyarakat. Melalui budaya kerja transparan, dan amanah profesional menjadikan lembaga zakat terpercaya, sehingga menghasilkan kepercayaan publik kian menguat seiring berjalannya waktu.[5]

Perkembangan yang semakin menguat tentuya tidak lepas dari strategi komunikasi yang dikelola dengan baik pada donatur untuk terus tetap berdonasi di Lazismu dan tidak berpaling ke lembaga zakat lainnya. Strategi komunikasi

---

[4] https://www.hariankota.com/2018/02/banyak-laz-tak-terdaftar-di-baznas-kemenag-diy.html. Diakses pada tanggal 29 Maret 2018 pukul 16.30.

[5] https://www.lazismu.org/latarbelakang/, Diakses pada tanggal 14 Maret 2018 Pukul 20.00 wib.

yang tepat dapat mempengaruhi khalayak membuat keputusan dalam memberikan donasi pada organisasi untuk membiayai program-program yang dikembangkan.[6]

Manajemen hubungan dengan donatur juga menjadi sebuah startegi untuk mengembangkan donatur agar dapat terus berjalan dan meningkat setiap periodenya. Strategi merupakan sebuah usaha kebutuhan yang mampu meningkatkan kemampan organisasi untuk bertahan dan menjadi sarana yang penting dalam menjalankan organisasi secara efektif. Memiliki jejaring yang kuat menjadi salah satu *positioning* lembaga itu sendiri. Hal ini terlihat pada tahun 2017, Lazismu Kota Yogyakarta telah memberikan manfaat kepada masyarakat Rohingnya dengan perolehan donasi sejumlah Rp. 689.556. 675[7], dibandingkan dengan tahun 2016. Dari sinilah peneliti tertarik untuk mengetahui strategi komunikasi lembaga Lazismu kota Yogyakarta dalam mendapatkan donatur untuk membiayai program-program yang dikembangkan.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi Lazismu kota Yogyakarta dalam mendapatkan donatur.

---

[6] R. Sumantri Raharjo, *Strategi Komnikasi Lembaga Kemanusiaan Dalam Menggalang Dana Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Dompet Dhuafa Yogyakarta dalam Penggalangan Dana).* (Surakarta: Politeknik Indonusa 2017). hlm. 47

[7] Dokumen Internal Lazismu Kota Yogyakarta.

Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi Lazismu kota Yogyakarta dalam mendapatkan donatur?
2. Apa faktor pendukung strategi komunikasi Lazismu kota Yogyakarta dalam mendapatkan donatur?
3. Apa faktor penghambat strategi komunikasi Lazismu kota Yogyakarta dalam mendapatkan donatur?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Lazismu kota Yogyakarta dalam mendapatkan donatur.
2. Menjelaskan faktor pendukung Lazismu kota Yogyakarta dalam mendapatkan donatur.
3. Menjelaskan faktor penghambat Lazismu kota Yogyakarta dalam mendapatkan donatur

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam mengembangkan strategi komunikasi, khususnya strategi komunikasi lembaga zakat.

2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi komunikasi dalam mendapatkan donatur bagi lembaga zakat.