

## **Strategi Komunikasi Dakwah dalam Meningkatkan Kesadaran Berzakat pada Penggunaan Website Lazpersis.Or.Id (Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam)**

**Rofiqurrohman, Bambang Saiful Ma'arif, Hendi Suhendi**

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\* rofiqthea@gmail.com, bambangmaarif76@gmail.com, hendisf.unisba@gmail.com

**Abstract.** The Islamic Association Amil Zakat Institution can collect ZIS funds worth 10 billion, but only 2% is collected through the digital channel of the website lazpersis.or.id. The aim of this research is to determine the da'wah communication strategy carried out by LAZ Persis in increasing awareness of zakat for muzakki through the website. The research method carried out by the author is a descriptive qualitative method, namely describing a research method that utilizes qualitative data and is described descriptively. This type of qualitative descriptive data analysis is used to analyze social events, phenomena or situations. The type of data collection is of course through observation, interviews and document study. The results of the research state that awareness of giving zakat to muzakki and Persis jihad congregations is very high, it's just that some of them prefer to deposit their zakat conventionally rather than via the website.

**Keywords:** *Strategy, Da'wah Communication, Awareness, Zakat and Website.*

**Abstrak.** Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam dapat menghimpun dana ZIS senilai 10 milyar, tetapi hanya 2% yang terhimpun melalui kanal digital website lazpersis.or.id. Tujuan penelitian ini guna mengetahui strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh LAZ Persis dalam meningkatkan kesadaran berzakat bagi para muzakki melalui website. Metode penelitian yang dilakukan oleh penyusun adalah metode kualitatif deskriptif, yakni menjabarkan metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis analisis data deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. Jenis pengumpulan data tentunya melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen. Hasil penelitian menyatakan bahwa kesadaran berzakat muzakki dan jama'ah jihad Persis sangatlah tinggi, hanya saja Sebagian dari mereka lebih memilih menitipkan zakatnya secara konvensional ketimbang melalui website.

**Kata Kunci:** *Strategi, Komunikasi Dakwah, Kesadaran, Zakat dan Website.*

## A. Pendahuluan

Lazpersis.or.id merupakan sebuah platform website yang ditujukan untuk memberikan seluruh informasi terkait LAZ Persis seperti profil, layanan, program, berita, hitung zakat dan kemudahan layanan lainnya bagi para muzakki atau para donatur dalam membayar zakat serta mengeluarkan infak dan sedekah secara online juga transparan melalui LAZ Persis.

Kesadaran masyarakat dalam membayar ZIS sudah mulai meningkat. Hal ini dapat dilihat dari kenaikan penghimpunan dana ZIS melalui BAZNAS/LAZ di Indonesia setiap tahunnya. Hal ini memberikan sinyal positif bagi seluruh BAZNAS/LAZ yang berada di Indonesia untuk memaksimalkan fungsi dan perannya dalam membumikan zakat di Indonesia. Target zakat, infak, dan sedekah di Jawa Barat tepatnya di Kota Bandung di tahun 2023 mencapai Rp 3,7 triliun. Jumlah ini meningkat dari tahun lalu yang menyentuh Rp 2,5 triliun.

Zakat berperan sangat strategis dalam menanggulangi masalah pengentasan kemiskinan atau pembangunan ekonomi. Nilai strategis zakat dapat dilihat melalui, pertama, zakat merupakan panggilan agama. Merupakan cerminan dari keimanan seseorang, kedua, sumber keuangan zakat tidak akan pernah berhenti. Bahwasannya seseorang membayar zakat, tidak akan pernah habis dan yang telah membayar setiap tahun atau periode waktu yang lain akan terus membayar, ketiga, zakat secara empiris dapat menghapuskan kesenjangan sosial dan sebaliknya dapat menciptakan pemerataan pembangunan.

Nilai-nilai zakat tersebut dapat mendatangkan manfaat bagi golongan mampu atau *muzzaki* (wajib zakat), bahwa harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadikan dirinya berkah, tumbuh, berkembang, bertambah, suci, dan menimbulkan kesadaran terhadap kepedulian kepada golongan yang tidak mampu sehingga mendapatkan ketenangan dalam hidup.

Sedangkan bagi golongan yang tidak mampu atau *mustahik* (yang berhak menerima zakat). Dengan zakat tersebut mustahik dapat merubah kehidupan mereka, yaitu untuk meringankan beban biaya hidup, menjadikan kuat bersama dengan modal dari zakat, juga memberikan kesadaran penggunaan dana zakat serta dapat mengembangkan etos kerja.

Perlu kita ketahui, menunaikan zakat bagi seorang muslim itu didasarkan pada kewajibannya dalam agama islam tetapi hal tersebut tidak serta merta setiap muslim dapat menjalankannya jika tidak ada kesadaran. Salah satu faktor yang menghambat seorang muslim untuk membayar zakat adalah kesadaran. Pada hakekatnya, semakin tinggi kesadaran seseorang, maka sebagaimana dinyatakan oleh kiergaard, “semakin utuh diri seseorang”. Dengan kesadaran diri, seseorang bisa menjadi sadar atas tanggung jawabnya untuk memilih

Menurut Chaplin kesadaran-diri adalah kesadaran mengenai proses-proses mental sendiri atau mengenai eksistensi sebagai individu yang unik (3) di mana manusia tersebut mempunyai kesadaran meng-ada-dalam-dunia (*umwelt, mitwelt, eigenwelt*). Juga kesadaran meng-ada-diluar-dunia (*becoming* atau pemejadian) yaitu kebebasan yang tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab.

Kesadaran diri merupakan pondasi hampir semua unsur kecerdasan emosional, langkah awal yang penting untuk memahami diri sendiri dan untuk berubah. Sudah jelas bahwa seseorang tidak mungkin bisa mengendalikan sesuatu yang tidak ia kenal. (Khansya Aqilla & Parihat Kamil, 2022)

Masyarakat perlu memahami bahwa membayar zakat hukumnya wajib bagi mereka yang memenuhi syarat wajib zakat, sebagaimana dalam perintah agama. Maka dari itu peningkatan pengumpulan ZIS dari sebuah Lembaga Amil Zakat itu dipengaruhi oleh kesadaran umat muslim itu sendiri. Sehingga Lembaga Amil Zakat tentunya harus dapat meningkatkan kesadaran masyarakat muslim untuk menunaikan atau membayarkan zakat mereka sebagai bentuk daripada pelaksanaan kewajiban dan kepatuhan kepada aturan-aturan Allah. Serta dapat dijadikan menjadi sebuah kebiasaan dalam menunaikan zakat.

Mengetahui kebiasaan masyarakat perlu adanya pengenalan khalayak. Dan pengenalan khalayak termasuk kedalam perumusan strategi komunikasi, untuk mengetahui bahwa kesadaran dapat ditingkatkan dengan adanya strategi komunikasi. Sebagaimana dalam menunaikan zakat, kesadaran masyarakat tentunya menjadi salah satu faktor pendukung bagi semua Lembaga Amil Zakat, khususnya bagi LAZ Persis dalam Menyusun strategi komunikasi dakwah yang tepat dalam ajakan untuk berzakat kepada khalayak secara menyeluruh.

Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam (LAZ PERSIS) merupakan lembaga pengelola dana zakat, infak, dan sedekah nasional yang berkhidmat untuk meningkatkan kesejahteraan umat dalam bidang pendidikan, dakwah, sosial, ekonomi, dan kesehatan.

Peran LAZ Persis pada saat ini yang bisa dirasakan oleh masyarakat salah satunya ialah menyalurkan dana Zakat, Infaq dan Shadaqah kepada mustahik dengan berbagai macam programnya.

Sehingga LAZ Persis dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan hal tersebut dapat menambah kepercayaan dan kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan zakat, infaq, dan shadaqah kepada Lembaga Amil Zakat.

Maka dari itu, di tahun 2023 LAZ Persis memiliki target menghimpun dana Zakat, Infaq, Shadaqah dan DSKL sebesar 70 Milyar. Sehingga LAZ Persis membaginya kedalam 4 bagian yaitu:

1. Target kantor pusat: 10 Milyar
2. Target kantor perwakilan: 2,5 Milyar
3. Target kantor layanan: 1,5 Milyar
4. Kantor layanan pembantu: 500 Juta

Dari target yang disebutkan di atas, menurut Kang Saepulloh salah satu Amil LAZ Persis yang telah di wawancarai oleh penulis, dari data yang tersedia, LAZ Persis pusat mampu menghimpun dana mencapai 9 Milyar, tersisa kurang lebih 1 Milyar untuk mencapai target himpunan dana. Dari keseluruhan dana yang terhimpun, Program kemanusiaan menjadi yang paling banyak dalam terhimpunnya dana untuk tahun ini, jika tidak ada program kemanusiaan yang bersifat insidental tersebut, LAZ Persis pusat biasa menghimpun dana kurang lebih senilai 300-350juta per bulannya dari kanal retail dan korporat di berbagai program.

Terkait cara untuk menghimpun dana tersebut LAZ Persis Sebagian besar masih menggunakan cara konvensional yaitu silaturahmi ke perusahaan, lembaga atau personal dengan menawarkan program atau kerja sama program, kemudian jemput donasi, dan kotak kencleng yang disebar ketika pengajian rutin ahad di Masjid PP Persis Viaduct. Sedangkan, untuk kanal digital masih belum optimal dalam segi penggunaannya, Adapun yang sudah dilakukan diantaranya adalah telemarketing, yang digunakan untuk sapa donator, media social, untuk update kegiatan dan share program serta website donasi di [lazpersis.or.id](http://lazpersis.or.id) sebagai kanal donasi digital.

Pendekatan dakwah yang dilakukan oleh LAZ Persis, dilakukan sebagaimana kita selaku umat muslim dalam menjalankan dakwah, yakni mengajak dengan kebaikan tanpa adanya paksaan, dan secara kesadaran orang yang diajak tersebut atau yang kita kenal sebagai mad'u. dakwah bil lisan adalah salah satu cara yang dilakukan oleh LAZ Persis, ajakan dalam bil lisan ini diantaranya adalah mengajak beberapa jam'iyah persis yang memang dikenal sudah pasti akan menunaikan ZIS di LAZ Persis ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Bagaimana muzakki menggunakan website [lazpersis.or.id](http://lazpersis.or.id) sebagai media dalam berzakat?","Bagaimana persepsi masyarakat terhadap website [lazpersis.or.id](http://lazpersis.or.id)?", "strategi komunikasi dakwah yang dilakukan LAZ Persis dalam meningkatkan pembayaran zakat para muzakki?","Bagaimana ketertarikan masyarakat untuk membayar zakat ke LAZ Persis?"

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui para muzakki menggunakan website [lazpersis.or.id](http://lazpersis.or.id) dengan baik atau tidak sebagai media dalam berzakat.
2. Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap website [lazpersis.or.id](http://lazpersis.or.id).
3. Untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah yang dilakukan LAZ Persis dalam meningkatkan kesadaran berzakat para muzakki.
4. Untuk mengetahui ketertarikan masyarakat untuk membayar zakat ke LAZ Persis.

## **B. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi

tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami obyek yang diteliti secara mendalam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang dimana data dikumpulkan dengan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu: wawancara, observasi, dokumentasi, dan Studi kepustakaan.

Penyusun mewawancarai beberapa narasumber, narasumber pertama adalah para muzakki LAZ Persis, kedua Para Jama'ah Pengajian Ahad persis, ketiga Para Amilin LAZ Persis.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### **Bagaimana Muzakki dalam Menggunakan Website [lazpersis.or.id](http://lazpersis.or.id) Sebagai Media dalam Berzakat**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran website sebagai media digital dalam peningkatan penerimaan Zakat, Infaq dan Sedekah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dan menggunakan pendekatan kualitatif. Setelah melakukan penelitian, didapati hasil berupa adanya peningkatan yang signifikan dalam penerimaan ZIS pada lembaga yang intensif menggunakan media digital untuk transaksi zakat, infaq dan shadaqah.

Hal ini menunjukkan bahwa media digital, efektif dalam memberikan informasi kepada masyarakat akan pentingnya ZIS, sehingga masyarakat tergugah untuk menjadi muzakki. Keinginan masyarakat menjadi muzakki ZIS tidak lepas dari fungsi dan peran media digital, yaitu sebagai sarana komunikasi yang efektif, sarana publikasi yang masif dan intensif, sarana informasi yang cepat tepat dan terbuka, dan fungsi yang terakhir adalah sarana informasi yang aktual dan kredible.

Muzakki yang beragam tentunya memiliki sudut pandang yang beragam mengenai website ini, ada yang merasa terbantu bahkan ada beberapa yang merasa tak perlu. Sebagian merasa tak perlu, namun mereka mengetahui adanya website tersebut. Muzakki yang merasa tak perlu menitipkan zakatnya melalui website tersebut merasa bahwa dirinya tidak mau ribet, ingin langsung saja, dengan cara mendatangi langsung gerai LAZ Persis yang ada di setiap hari minggu saat pengajian Ahad Persis yang dilaksanakan secara rutin.

Muzakki yang memanfaatkan media website ini. tentunya ini akan sangat membantu bagi mereka yang tergolong sebagai ASN atau karyawan yang tergolong sibuk, atau mereka yang sedang diluar kota, bahkan media online ini sangat bermanfaat saat kita semua terjebak dalam covid-19 lalu. Semua yang dibentuk tentunya bertujuan untuk kebermanfaatan Bersama, namun beberapa ada yang tidak memilih untuk berzakat di website.

Muzakki merasa bahwa datang secara langsung lebih efektif dan efisien, tidak ribet harus transfer dan menyertakan bukti lain sebagainya. Penulis mengamati bahwa memang Sebagian besar para Muzakki atau donatur ini memang dari kalangan jamaah persis, yang mungkin sebelumnya 'maaf' tergolong dewasa-lansia.

Bertransaksi secara langsung bagi Muzakki adalah cara yang paling tepat dan cepat, karena Sebagian besar dari mereka ada yang tidak mengerti cara atau pengaplikasian pembayaran dengan metode yang dicantumkan pada website tersebut, meskipun mungkin Sebagian dari kita merasa bahwa metode penitipan zakat dengan cara online ini sangatlah memudahkan, karena tidak perlu datang langsung ke tempat.

#### **Bagaimana Persepsi Masyarakat terhadap Website [lazpersis.or.id](http://lazpersis.or.id)**

Beberapa masyarakat atau simpatisan mengetahui informasi mengenai website [lazpersis.or.id](http://lazpersis.or.id), dan mereka tentunya beranggapan bahwa saat ada peristiwa covid-19, media online memang menjadi pusat informasi yang komprehensif kala itu.

Dengan adanya website, banyak sekali masyarakat simpatisan yang memberikan respon positif terhadap LAZ Persis, khususnya muzakki, donatur LAZ Persis, mitra dan jamaah pengajian ahad yang juga tergolong sebagai masyarakat. Masyarakat mengerti dan memaknai secara baik dengan adanya website ini. karena mereka pun tak hanya bisa berzakat disana, namun mereka dapat mengenal sedikitnya lebih dalam tentang LAZ Persis, karena disana terdapat beberapa program yang dapat mereka lihat.

Dan terdapat pula pencapaian-pencapaian LAZ Persis, lalu beberapa program yang

terlaksana, berapa donasi bantuan yang terkumpul, lalu terdapat kalkulator zakat yang dapat membantu kita yang awam dalam menghitung serta membagi zakat, dan masih banyak lagi. Bahkan diantara mereka mengakui banyak yang mempercayai LAZ Persis dalam menitipkan zakatnya.

Rata-rata mereka mengetahui LAZ Persis dari sanak keluarga atau teman sebaya atau keterikatan organisasi masyarakat. Persatuan Islam atau PERSIS dinilai memiliki jamaah yang cukup banyak dan cukup tinggi antusiasmenya terhadap sesuatu, termasuk dalam hal berzakat ini. Mereka mengetahui bahwa LAZ Persis kian kemari kian maju dan pesat.

Namun rupanya persepsi masyarakat untuk menitipkan zakatnya melalui website ini masih skala 50 : 50, beberapa diantara mereka memilih membayar lewat website jika ada momen Ramadhan, yang mungkin sedang sibuk di waktu siang dan malas datang secara langsung, mereka lebih memilih untuk menggunakan website saja dalam menunaikan zakat fitrah/maal.

Namun, ada juga beberapa yang memilih untuk datang langsung ke kantor LAZ Persis atau ke gerai LAZ Persis yang ada setiap hari minggu di pengajian ahad, karena Sebagian dari mereka ingin berinteraksi secara langsung dan lebih senang jika menitipkan zakatnya secara langsung dan melakukan do'a bersama dengan amilin usai menitipkan zakatnya. Bahkan beberapa dari mereka memilih berzakat secara langsung agar bisa sekaligus berdonasi dengan cara berbelanja baik itu buku atau baju yang hasilnya di shodaqohkan untuk saudara kita di Palestina

Masyarakat kita ini beragam, dan mereka berhak untuk memilih serta berpendapat. Namun, dalam Lembaga filantropi, ini cukup menjadi 'PR' atau tugas bagi LAZ Persis, karena dengan adanya media ini ternyata masih tergolong jarang digunakan oleh masyarakat untuk berzakat, namun bagi mereka yang hendak berdonasi dan mencari tahu mengenai LAZ Persis, masyarakat masih menggunakan website tersebut.

### **Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah yang dilakukan LAZ Persis dalam Meningkatkan Pembayaran Zakat Para Muzakki**

Sebagaimana yang telah dijawab dalam sesi wawancara, memang LAZ Persis tidak memiliki strategi khusus dalam dakwahnya. Namun, penyusun melihat dari Langkah-langkah yang dilakukan memang strateginya yakni terdiri dari *pertama* melalui pengajian ahad atau jihat, LAZ Persis mendirikan gerai layanan zis, dan memasang branding seperti lazpersis.or.id, ada beberapa x-banner, pamflet, dan lain sebagainya.

Yang dimana isinya ajakan untuk berzakat, tidak mencantumkan tawaran-tawaran khusus di berbagai program. Tetapi, dari majlis pengajian yang disampaikan memang ada MC yang menyampaikan informasi bahwa mereka menghimpun dana palestina, dan Persis juga ingin ikut terlibat dalam membantu palestina, dan itu disampaikan kepada jama'ah sehingga jama'ah mengetahui informasi tersebut.

Dan MC juga mengingatkan ada kencleng yang harus di sebar, supaya jika ada yang mau menyisihkan sedikit hartanya akan lebih mudah dengan adanya kencleng keliling ini. MC pun menyampaikan jika ada yang mau berzakat, bisa langsung mendatangi LAZ Persis.

*Kedua*, untuk penghimpunan LAZ Persis memiliki strategi komunikasi yang dilakukan melalui kajian-kajian yang dijalankan dengan strategi kemitraan, baik dengan sekolah atau kantor atau perusahaan dan Lembaga.

Dengan cara dakwah seperti inilah ustadz pun bisa menyampaikan jika ada masyarakat yang ingin menyampaikan zakat bisa langsung datang saja, dan ini termasuk dakwah *bil lisan* yang dilakukan oleh LAZ Persis kepada khalayak masyarakat baik yang umum atau yang jama'ah Persis itu sendiri.

Kalau untuk yang pusat KP-KL-KLP memang ajakannya melalui kantor-kantornya tersendiri, dan biasanya pusat ini dekat dengan Masjid-masjid, biasanya disitu ditarik dari LAZ Persis untuk KP-KL-KLP. Masih banyak strategi dakwah yang dilakukan adalah dakwah bil lisan, karena memang itu juga yang terlihat oleh khalayak dan itu yang diakui oleh LAZ Persis.

Silaturahmi para personal, menawarkan program, itupun menjadi salah satu strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh LAZ Persis, yang jatuhnya adalah *Hard selling* yang

dilakukan oleh divisi penghimpunan, yang dimana bisa dibidang jatuhnya adalah sedikit dakwahnya.

Yang penyusun ketahui melalui keterangan Kang Epul sebagaimana di wawancara, bahwa divisi CRM memang melakukan broadcast pesan kurang lebih 2500 data base, biasanya membuat digital poster lalu berisi pesan yang dimana isinya tidak serta merta jualan atau mengingatkan zakat.

Kurang lebih penyebaran poster itu di satu minggu sekali, dan CRM dakwah melalui penyebaran digital poster ini, misalkan “hikmah berzakat” atau mengingatkan “zakat mas” atau juga kisah nabi, kisah sahabat dan lain sebagainya, dengan tujuan sebagai *soft selling*, dan hubungan antara LAZ dengan hubungan kepada para donaturnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh LAZ Persis kepada para jama'ah atau muzakki adalah dengan adanya penyebaran kencleng, penyebaran pamflet atau flyer, dan juga mengadakan gerai atau booth untuk berzakat.

Silaturahmi para personal, menawarkan program, itupun menjadi salah satu strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh LAZ Persis, yang jatuhnya adalah *Hard selling* yang dilakukan oleh divisi penghimpunan, yang dimana bisa dibidang jatuhnya adalah sedikit dakwahnya.

### **Bagaimana Ketertarikan Masyarakat untuk Membayar Zakat ke LAZ Persis**

Amilin mengatakan bahwa simpatisan atau masyarakat ini memanglah Sebagian dari mereka justru yang memiliki ketertarikan untuk membayar zakat di LAZ Persis, baik itu secara online atau melalui website, atau secara offline dengan mengikuti jihad, sekalipun mereka bukan jamaah tetap pengajian ahad.

Sedikit demi sedikit yang mengetahui LAZ Persis pun akhirnya memutuskan untuk mau menunaikan ZIS nya di LAZ Persis ini. Dan selain memanfaatkan jama'ah yang ada, LAZ Persis pun melakukan door to door untuk menjemput donasi ke rumah donatur, guna menjalankan silaturahmi dengan baik, maka dari itu komunikasi demikian lah yang dilakukan oleh LAZ Persis kepada para donatur, dalam istilah menghormati, jadi tak hanya sebatas via komunikasi melalui handphone genggam semata. Mungkin transaksi dapat dilakukan secara transfer, namun teknik yang dilakukan oleh LAZ Persis ini menjunjung tinggi nilai silaturahmi antara yang satu dan yang lainnya.

Adapun cara pendekatan dakwah kepada Mitra Lembaga Pendidikan atau pemerintahan dengan cara *bargaining* program atau kerja sama program jangka pendek maupun jangka Panjang yaitu LAZ Persis mengajak tenaga pendidik atau ASN untuk gemar menyisihkan Sebagian hartanya melalui kotak kencleng kecil per orangan, atau LAZ Persis menamainya dengan “pundi amal” dan LAZ Persis memberikan program *feed back* yang dibutuhkan oleh mitra.

Dengan cara demikian, sehingga LAZ Persis mampu menyimpan simpati kepada mad'u atau muzaki agar dapat mempercayai untuk menunaikan ZIS nya di Lembaga Amil Zakat Persatuan Islam ini. Demikian komunikasi yang dilakukan secara turun menurun sejak LAZ Persis masih dijuluki sebagai PZU pada masanya.

Andai kita mengamati, kian kemari cara membayar zakat pun bervariasi, teknologi pun makin betkembang dan semakin dimanfaatkan. LAZ Persis pun memanfaatkan kondisi ini. Ditambah lagi seluruh dunia sedang di uji dengan bala tantara Allah yakni *Corona Virus*. Dengan adanya wabah tersebut, segala aktivitas pun menjadi sedikit terhambat, dikarenakan beberapa protokol kesehatan yang harus kita patuhi.

Dengan adanya pandemi ini, menjadikan konsep serta angin segar bagi LAZ Persis. Agar orang-orang diluar sana yang hendak berzakat tidak perlu takut akan terpapar melalui uang. Segala sesuatu sudah di design sedemikian rupa. Tak hanya pembayaran yang berupa e-wallet atau e-money, zakat pun sekarang bisa menggunakannya, khususnya LAZ Persis.

Dengan adanya media, segala sesuatu akan menjadi mudah. Namun, yang namanya elektronik dan pasti sinkron dengan sosial media, pasti akan ada kurang lebihnya, namun itu semua berbalik kepada kita digunakan untuk apa.

Seperti yang kita ketahui, bahwa yang namanya teknologi, kian kemari kian

berkembang semakin pesat, seperti halnya dalam hal zakat. Media pun menjadi perantara untuk pembayaran zakat. Media adalah alat saluran komunikasi. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak kata medium. Secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*) Beberapa hal yang termasuk ke dalam media adalah film, televisi, diagram, media cetak (*printed material*), computer, dan lain sebagainya.

Jadi, penulis menyimpulkan bahwa Media Zakat itu adalah transaksi yang dilakukan secara online atau via daring dalam membayar zakat para muzakki. Jadi, transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa harus datang ke tempat untuk menunaikan zakat.

Dengan adanya media dirasakan memang sangat membantu proses pembayaran zakat, hal tersebut dikarenakan muzakki akan mudah dalam kegiatan membayar zakat serta dapat meningkatkan kesadaran dalam berzakat jika dengan adanya media, sibuk apapun seorang muzakki, jika sudah jatuh tempo membayar zakat ia pun masih bisa mengakses nya melalui aplikasi/media zakat.

Maka dari itu, disini LAZ Persis sebagai Lembaga Amil Zakat berskala nasional yang ber-khidmat untuk kemaslahatan umat, guna mencapai tujuan lembaga yang telah ditetapkan, LAZ Persis pun turut memanfaatkan teknologi berbasis website yang sedang berkembang saat ini. Adapun teknologi berbasis website itu bernama lazpersis.or.id.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

5. Muzakki dapat menggunakan website dengan baik sebagai pilihan kanal pembayaran zakat digital, tetapi hasil pengumpulan zakat di website hanya terkumpul 2% dari hasil penghimpunan secara keseluruhan, karena Sebagian besar dari muzakki/donatur lebih memilih untuk menitipkan zakatnya secara konvensional.
6. Masyarakat atau simpatisan memberikan respon positif terhadap website lazpersis.or.id, secara tampilan dan transparansi data penyaluran. Hanya saja minat untuk menunaikan zakat melalui website lazpersis.or.id masih sedikit.
7. Strategi komunikasi dakwah yang dilakukan LAZ Persis terbagi menjadi dua cara yaitu : *offline* dan *Online*. Cara *Offline* adalah dengan cara *dakwah bil lisan*, silaturahmi, media cetak dan gerai. Cara *Online* adalah dengan menggunakan platform media sosial LAZ Persis diantaranya Instagram, Facebook, Youtube dan artikel Website
8. Ketertarikan masyarakat untuk membayar zakat ke LAZ Persis ini sesungguhnya tidak perlu diragukan lagi, karena selain LAZ Persis memiliki privilege yang cukup tinggi karena adanya jama'ah pengajian persis yang juga sudah pasti, terdapat simpatisan Persis juga sebagian besar dari mereka menunaikan zakatnya di LAZ Persis.

#### **Acknowledge**

Alhamdulillah, akhirnya penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini, dan *In Syaa Allah* akan mengikuti wisuda di tahun ini. Pertama-tama saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada Istri saya yang saya cintai, Nazhiifah. Terimakasih telah membersamai penyusun hingga titik akhir pun tiba. Kepada Ibu saya, *Allahu Yarham* Ayah saya, Alhamdulillah pak, opik beres, opik lulus, terimakasih bapak sudah yakin pada opik, Alhamdulillah opik beres, ini semua buat bapak, semoga baapak bangga sama opik.

Lalu terimakasih kepada kawan-kawan RBC, sobat di LAZ Persis yang kerap memudahkan penyusun dalam penyusunan skripsi ini. tak lupa kepada dosen pembimbing yang Dimana juga sebagai wali dosen kelas saya, Bapak Hendi Suhendi, S.Sos.I., M.M. Tak lupa dosen pembimbing utama saya, Dr. Bambang Saiful Ma'arif, Drs., M.Si. Terimakasih selalu menyemangati penyusun dan memberikan revisi guna menjadikan skripsi ini lebih baik, Jazakumullah Khoiron Katsiron.

#### **Daftar Pustaka**

*Outlook Zakat Indonesia 2023*, BAZNAS, hlm 39.

<https://www.kompas.id/baca/nusantara/2023/04/10/target-zakat-infak-dan-sedekah-di-jawa-barat-capai-rp-32-triliun> diakses pada 25-11-2023 pukul 15.45.

E. Koeswara, Psikologi Eksistensial Suatu Pengantar, (PT Eresco: Bandung, 1987) h. 38.

<https://scholar.archive.org/work/ndmuin6sqbhjwjeu2rnlxvfbqm4/access/wayback/https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/anida/article/download/13735/6706>. (Jurnal Dosen Unisba)

Khansya Aqilla, & Parihat Kamil. (2022). Dampak Pemisahan Kelas Berbasis Gender terhadap Komunikasi Antarpribadi dengan Lawan Jenis. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 99–104. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.1431>