

**STRATEGI KOMUNIKASI *WEBSITE* LAZISNU PATI DALAM MENARIK  
MASYARAKAT UNTUK BERZAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**Skripsi**

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Konsentrasi Penerbitan



Oleh:

Tofani Erik Dewangga

1701026161

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2021**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : 1 Bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN

Walisongo Semarang

Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Tofani Erik Dewangga

NIM : 1701026161

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Konsentrasi :

Komunikasi dan Penyiaran Islam/Penerbitan

Judul : Strategi Komunikasi Website Lazisnu Pati Dalam Menarik Masyarakat Untuk Berzakat Pada Masa Pandemi Covid-19

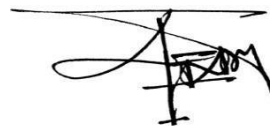
Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 16 Agustus 2021

Pembimbing,



**H.M. Alfandi, M.Ag.**

NIP. 19710830 199703 1 003

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI *WEBSITE* LAZISNU PATI DALAM MENARIK  
MASYARAKAT UNTUK BERZAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Disusun Oleh : Tofani  
Erik Dewangga  
1701026161

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 06 Oktober 2021 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna  
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

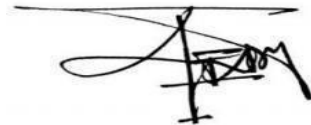
**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua Sidang/Penguji I**



**Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.**  
NIP. 197204102001121003

**Sekretaris Sidang/Penguji II**



**H. M. Alfandi, M.Ag.**  
NIP. 197204102001121003

**Penguji III**



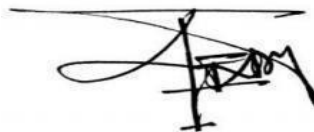
**Nilnan Ni'mah, M.S.I**  
NIP. 198002022009012003

**Penguji IV**



**Adeni, MA.**  
NIP. 199101202019031006

**Pembimbing**



**H. M. Alfandi, M.Ag.**  
NIP. 197204102001121003

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Pada tanggal, 15 Juli 2021



**Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag.**  
NIP. 19720410 200112 1003

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di satuan perguruan tinggi dilembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan didalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 1 Agustus 2021



Tofani Erik Dewangga

1701026161

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirohmanirrahim*

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, puji syukur tidak terhitung atas kehadiran Allah SWT dengan segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada sang suri tauladan Muhammad SAW, segenap keluarganya, beserta para sahabat. Setelah melalui beberapa proses yang tidak sebentar, akhirnya skripsi dengan judul “*Strategi Komunikasi Website Lazisnu Pati Dalam Menarik Masyarakat Untuk Berzakat Pada Masa Pandemi Covid-19*“, sebagai isyarat untuk menyelesaikan Program Strata I (S1) pada program Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik moril ataupun materi oleh karena itu penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk kalangan masa depan, terlepas dari segala keraguan.. Oleh karena itu, peneliti sampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufik, M.ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. H.M. Alfandi, selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiar Islam yang dedikasinya untuk jurusan patut di teladani. Sekaligus Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dari awal hingga terselesaikan skripsi ini.
4. Kedua orang tua, yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materi serta doa yang tidak henti-hentinya kepada penulis.
5. Kedua kakak yang selalu memberi semangat, motivasi dan dukungan sepenuh hati.
6. Kepada Bapak Muhammad Niam Sutaman, Lc. LLM selaku ketua Lazisnu Pati dan jajaran Pengurus dan Staff Lazisnu Pati terima kasih telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan membantu penulis selama penelitian.

7. Segenap Dosen dan Staff pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah mendidik penulis dalam berbagai aspek keilmuan dan keperluan administrasi.
8. Segenap Petugas perpustakaan fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu penulis dalam memperoleh referensi yang dibutuhkan.
9. Sahabat-sahabat saya, Wafa, Syafii, Nabila, Jamal, Miftah, Dinda, Indi, Ainun, Afif, Haniya, Agul, Luthfi, Satria, Ajik, Adit, Tema, Misbah, Ilham, Fega, Ipul, Danang, kiki, Apit, Andre, Didin, Farid, Piyan, Irul, Rifal, Doni, Lupi, Andik. Terima kasih atas dukungan, dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
10. Segenap Keluarga besar KPI-D 2017, yang terlalu banyak jika disebutkan satu persatu, terima kasih telah menjadi keluarga di tanah rantau.
11. Seluruh teman-teman Komunikasi Penyiar Islam angkatan 2017, terima kasih atas dukungan moral dari kalian.
12. Sahabat pejuang di kos-kosan, Zaenal, Irawan, Ryan, Topik, Tantra, tetap semangat kuliah dan mengerjakan skripsi. Terimakasih telah menjadi suporter system terhebat di tanah Semarang.
13. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu di dalamnya, Semoga dukungan, perhatian, dan doa akan terus ada dalam merajut asa dimasa depan.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik, saran, dan masukan demi kebaikan penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan wawasan yang dapat diambil hikmahnya.

Semarang, 1 Agustus 2021



Tofani Erik Dewangga  
1701026161

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung sepenuh hati.
2. Kedua kakak yang selalu memberi semangat, motivasi dan dukungan sepenuh hati.
3. Pembimbing H. M Alfandi, M.Ag yang senantiasa memberikan petunjuk dan arahan serta nasehat yang membangun.
4. Ketua Lazisnu Pati, jajaran Pengurus dan Staff Lazisnu Pati yang telah membantu penulis melakukan penelitian
5. Sahabat-sahabatku : Wafa, Syafii, Nabila, Jamal, Miftah, Dinda, Indi, Ainun, Afif, Haniya, Agul, Luthfi, Satria, Ajik, Adit, Tema, Misbah, Ilham, Fega, Ipul, Danang, kiki, Apit, Andre, Didin, Farid, Piyan, Irul, Rifal, Doni, Lupi, Andik.
6. Teman-teman seperjuangan khususnya Komunikasi Penyiar Islam 2017 UIN Walisongo Semarang.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan.

Semoga semua doa, pengorbanan, dan dukungan yang telah diberikan dengan tulus ikhlas diberi balasan yang berlipah oleh Allah SWT. Amin...

**MOTTO**

*“Semangat Dalam Menjalani Hidup”*

Tofani Erik Dewangga



## ABSTRAK

Perkembangan zaman yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan informasi dan komunikasi seperti saat ini, *website* menjadi salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan yang dapat diandalkan dalam hal informasi. Menurut (Morissan:2008) perkembangan teknologi yang semakin berkembang ini dapat mengubah kemampuan pola berfikir dalam mendapatkan informasi yang semakin berpengaruh dalam segi kehidupan beragama.

Salah satu dampak dari kemajuan perkembangan teknologi ditandai dengan munculnya berbagai *platform* yang biasanya digunakan untuk mengakses seluruh arus informasi yang berada disuatu lembaga pemerintahan yang dinamakan *website*. (Mondry:2008) mengkategorikan *website* menjadi salah satu new media yang dapat menciptakan beragam inovasi, gagasan, ide yang didalam menggunakan akses internet fleksibel dan berfungsi secara privat maupun publik dalam menciptakan komunikasi interaktif.

Salah satu lembaga yang saat ini memanfaatkan kehadiran *website* adalah Lazisnu Pati (Lembaga Amil Zakat, Infaq, Shadaqoh Nahdotul Ulama), yang didalamnya mengajarkan suatu prinsip Islam mengenai bentuk filantropi dalam wujud pendermaan harta yang harus dilaksanakan dan menjadi kewajiban oleh setiap umat manusia. Menurut (Sharif Chaudhry: 2012:79) pembagian kekayaan yang dimiliki setiap manusia terlebih dahulu dikumpulkan dalam bentuk pemungutan wajib seperti zakat, infaq dan sedekah. secara umum digunakan dengan tujuan agar distribusi kekayaan yang ada berjaan merata diantara anggota masyarakat muslim lainnya.

Namun saat ini dalam tatanan kultural, pihak masyarakat dalam mengelola dana zakat juga belum maksimal, bahkan dengan adanya kondisi pandemi covid-19 yang sudah terbukti telah menjadi persoalan utama pelaksanaan zakat yang dilakukan semakin tidak terkendali. Maka dari itu diperlukan masyarakat yang mandiri melalui proses penyaluran yang profesional agar terbentuk kemandirian sosial maupun kemandirian ekonomi disegala kondisi (Ruliana:2014:2).

Berdasarkan realita yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian ini sangat menarik untuk dilakukan mengingat peranan zakat dalam pemberdayaan umat serta, realitas yang saat ini terjadi daman covid-19 semakin membuat ekonomi masyarakat semakin sulit. Dengan menggunakan metode kualitatif, melalui pendekatan fenomenologi dan teknik analisis dari miles hurbermen dengan model pencarian data wawancara dan dokumentasi maka di peroleh hasil penelitian yaitu, untuk *Website* lazisnu Pati telah memenuhi Strategi komunikasi yang efektif karena menggunakan sistem branding , dapat menjalin bentuk kerjasama dengan instansi lainya dan dikelola oleh beberapa komunitas dan lembaga pusat NU, terdapat bentuk strategi persuasive sebagai bahan untukpemberian materi pendistribusian.

**Keyword: Strategi Komunikasi, Website, Zakat, Pandemi Covid-19**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	8
F. Metode Penelitian.....	10
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	10
2. Definisi Konseptual.....	11
3. Sumber dan Jenis Data.....	11
4. Teknik Pengumpulan Data.....	12
5. Teknik Analisis Data.....	13
G. Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II: KERANGKA TEORI.....</b>	<b>16</b>
1. Pengertian Strategi Komunikasi .....	16
1. Strategi .....	16
2. Komunikasi.....	18

3. Strategi Komunikasi .....	20
2. Tinjauan Umum Website.....	21
3. Zakat .....	22
4. Pandemi Covid-19.....	24

**BAB III: GAMBARAN UMUM LAZISNU PATI .....30**

A. Profil Lazisnu.....	30
1. Sejarah Lazisnu.....	32
2. Visi Misi .....	32
3. Atribut Lazisnu .....	28
4. Tinjauan Umum <i>Website</i> .....	33
5. Segmentasi Pembaca .....	34
B. Bagian Produksi.....	35
1. Produksi Naskah .....	35
2. Proses Distribusi .....	35
3. Media sosial .....	35
C. Paparan Data Penelitian .....	40
D. Kondisi Umum Zakat Saat Covid.....	41
E. Gambaran umum kesadaran zakat di Pati .....	43

**BAB IV: ANALISIS PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PADA WEBSITE LAZISNU PATI DALAM MENARIK MASYARAKAT UNTUK BERZAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**

A. Analisis Penerapan Strategi Komunikasi Pada <i>Website</i> Lazisnu Pati Dalam Menarik Masyarakat Untuk Berzakat Pada Masa Pandemi Covid-19.....	45
--	----

**BAB V: PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	65

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
----------------------------	-----------

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

1. Lampiran Foto Lazisnu .....	71
2. Draf Wawancara .....	73
3. Surat Izin .....	81
4. Surat Balasan.....	82
5. Data Pemaparan Zakat .....	83

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>89</b>
-----------------------------------	-----------

# BAB I

## PENDAHULAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan informasi dan komunikasi seperti saat ini, *website* menjadi salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan yang dapat diandalkan dalam hal informasi. Menurut (Morissan:2008) perkembangan teknologi yang semakin berkembang ini dapat mengubah kemampuan pola berfikir dalam mendapatkan informasi yang semakin berpengaruh dalam segi kehidupan beragama.

Salah satu dampak dari kemajuan perkembangan teknologi ditandai dengan munculnya berbagai *platform* yang biasanya digunakan untuk mengakses seluruh arus informasi yang berada disuatu lembaga pemerintahan yang dinamakan *website*. (Mondry:2008) mengkategorikan *website* menjadi salah satu new media yang dapat menciptakan beragam inovasi, gagasan, ide yang didalam menggunakan akses internet fleksibel dan berfungsi secara privat maupun publik dalam menciptakan komunikasi interaktif.

Menurut (Widodo: 2011) kebutuhan informasi yang semakin banyak membuat *platform website* atau *web forum* dapat membentuk suatu komunitas virtual dan organisasi yang didalamnya dapat memberikan informasi, menampung berbagai macam ide, gagasan, bertukar pendapat dari sesama pengguna sehingga dapat menimbulkan bentuk komunikasi bertukar pikir.

Didalam *website* Informasi yang dibutuhkan pada zaman ini harus cepat, aktual, dan menarik. (Vivian: 2018) menyebutkan keberadaan *website* dapat melampaui pola penyebaran pesan melalui kapasitas interaksi pengunjung yang dapat digunakan untuk mengubah pola penilaian seseorang terhadap suatu pihak yang menggunakan dan memanfaatkan *platform* ini.

Di era globalisasi berbasis *New media* ini menciptakan tuntunan bagi pihak lembaga yang memanfaatkan *website* dalam menunjukkan eksistensinya dalam menarik pengunjung untuk tetap mencari dan menginformasikan berbagai bentuk kegiatan dan pola berfikir yang dapat mempengaruhi secara psikologis (Pueth:2006). Dengan demikian *website* merupakan salah satu bentuk strategi yang dibutuhkan dalam

menyelesaikan persoalan yang terjadi didalam setiap lembaga dalam mempromosikan setiap kegiatan yang ada didalamnya.

Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet ditahun 2020 mengalami kenaikan sebanyak 196,7 juta pengguna. Jika dilihat dan digabungkan berdasarkan pada data badan pusat statistik dari (BPS), populasi manusia dengan internet jumlah keseluruhnya hampir sama dan sudah menyebar pada lapisan hidup masyarakat. jika dilihat berdasarkan indikator yang ada maka jumlah kenaikan penggunaan akses internet untuk *website* naik menjadi 89% atau setara dengan 25,5 juta penduduk di Indonesia. ([www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id) Dirjen PPI: *Suvasi Penetrasi Pengguna internet di Indoensia diakses pada tanggal 8 Maret 2021*).

Salah satu lembaga yang saat ini memanfaatkan kehadiran *website* adalah Lazisnu Pati (Lembaga Amil Zakat, Infaq, Shadaqoh Nahdotul Ulama), yang didalamnya mengajarkan suatu prinsip Islam mengenai bentuk filantropi dalam wujud pendermaan harta yang harus dilaksanakan dan menjadi kewajiban oleh setiap umat manusia. Menurut (Sharif Chaudhry: 2012:79) pembagian kekayaan yang dimiliki setiap manusia terlebih dahulu dikumpulkan dalam bentuk pemungutan wajib seperti zakat, infaq dan sedekah. secara umum digunakan dengan tujuan agar distribusi kekayaan yang ada berjaan merata diantara anggota masyarakat muslim lainnya.

Dalam Agama Islam bentuk filantropi seperti zakat merupakan wujud pendistribusian melalui harta kekayaan untuk menetapkan tindakan yang sangat dianjurkan oleh Rosullulah. Teori distribusi kekayaan yang dibawa oleh Rosullulah didasarkan pada filosofi yang jelas. (Chaudry: 2012) sesuai dengan kepemilikan dari kekayaan harta harus tetap didermakan dan mengalirkan manfaat bagi orang yang membutuhkan. Oleh karena itu sebagai bagian dari logisnya harus mengalir kepada anggota masyarkat yang miskin dan kurang beruntung.

Zakat merupakan sumber dana yang tidak akan pernah habis dan seharusnya dapat menjadi solusi alternative atas pembangunan ekonomi yang kurang merata di Indonesia. Jika masyarakat muslim memiliki kesadaran dalam berzakat maka potensi dana yang terkumpul akan dapat mensejahterakan masyarakat muslim (Outlok Zakat:

2017: 4). Bahkan ajaran mengenai kewajiban berzakat juga sudah dijelaskan dalam firman Allah dalam surat Qs. At-Taubah:103.

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

Artinya:

*“Ambilah zakat dari sebagian harta mereka dengan zakat itu kamu bersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka Sesungguhnya doa kamu itu menjadi jiwa mereka dan Allah maha pendengar dan maha mengetahui.”*

Pertumbuhan ekonomi bangsa dapat dikembangkan melalui pilar sosial. Dalam rangka mengatasi kesulitan dan meningkatkan kesejahteraan kehidupan ekonomi terhadap masyarakat luas, maka dibutuhkan sumber daya manusia yang dapat mengelola pendistribusian filantropi Islam dengan cara yang tepat. Dalam pandangan Islam, bentuk kegiatan Filantropi Islam merupakan wujud ketaqwaan seorang muslim terhadap Sang Pencipta yang akan mendapatkan keberkahan dan sebagai bentuk amal jariyah. (*Republika.com diakses pada tanggal 1 maret 2021 pukul 14.31*)

Berita mengenai perkembangan Filantropi Islam berperan penting dalam menginformasikan berbagai peristiwa yang dialami umat manusia muslim diseluruh dunia guna sebagai wujud sosialisasi perkembangan khasanah (Kasman: 2004: 8). Selain itu, informasi keislaman yang terdapat dapat di *website* dapat menyeimbangkan, menangkis isu yang merugikan umat Islam. bentuk menyaring informasi sebagai penentuan informasi maupun isu berita dalam suatu surat kabar, berpedoman pada sebuah kebijakan redaksi yang dimiliki *website* tersebut. Tema maupun komposisi isi juga harus bisa mewakili tujuan awal dibuatnya *website* (Subejo: 2005:2).

Di Indonesia umumnya memiliki kekuatan demografik yang potensial dan sangat layak dikembangkan. Salah satunya melalui pemberdayaan zakat melalui peranan *website*. Sebab mayoritas kepercayaan diIndonesia memiliki sistem kepercayaan dan menganut agama Islam. Secara syariah dan kultural bangsa Indonesia harus kuat pada segi pemenuhan kewajiban berzakat untuk menuntaskan permasalahan segi perekonomian (Muhammad Ridwan: 2005).

Zakat memiliki peran yang sangat banyak dalam hal pengentasan kemiskinan dan pembangunan dalam aspek ekonomi. Zakat juga tidak memiliki dampak yang dapat menghancurkan dari aspek kehidupan karena didasarkan atas sikap panggilan agama, ikhlas dan mengharap ridha Allah (Jamal: 2001). Oleh karenanya syariat dalam berzakat harus dilaksanakan dengan sungguh-sungguh agar dapat memperoleh manfaat yang banyak.

Nilai strategi zakat dapat dilihat melalui pertama, zakat merupakan panggilan agama yang berfungsi sebagai tingkatan cerminan diri seorang muslim terhadap Allah dengan menjaga kepercayaan dan menjauhi larangannya. Kedua, zakat merupakan sumber keuangan pengentasan kemiskinan yang tidak akan pernah berhenti. Seorang muslim yang membayar zakat tidak akan pernah habis hartanya dan pembayaran zakat tidak akan berhenti setiap tahunnya kecuali seorang muslim mengalami kematian. Ketiga, zakat secara empirik dapat menghapuskan kesenjangan sosial dan menciptakan redistribusi aset dan pemerataan pembangunan (Muhammad Ridwan: 2005).

Nilai-nilai strategi zakat itulah yang dapat mendatangkan manfaat pada delapan golongan yang yang seharusnya wajib diberi zakat. (M. Jamal: 2001) menegaskan bagi Mustahik (golongan orang miskin) dapat menjadikan perubahan dalam segi kehidupan, meringankan biaya hidup, menjadikan kuat berusaha, menjadi modal dan memberikan bentuk kesadaran atas penggunaan zakat dan mengembangkan etos kerja. Sedangkan bagi pemberi zakat (muzaki) dapat mensucikan diri, membersihkan hati dan membuat ketenangan semua jiwa.

Syariat zakat digunakan sebagai bentuk ibadah yang harus tetap dijalankan oleh umat muslim di dunia. Potensi zakat sangat besar jika dapat diperdayakan di Indonesia. Bank Pembangunan Asia memperkirakan potensi zakat di Indonesia mencapai Rp.100 triliun per-tahun. Pada tahun 2020 potensi zakat mencapai Rp. 400 triliun namun zakat yang terhimpun hanya kurang Rp. 150 triliun (Euis Amalia: 2015). Sehingga perlu pengelolaan penanganan pemberdayaan zakat secara optimal melalui lembaga dari segi syariah dan manajemen yang baik.

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami penurunan di tahun 2020 perputaran uang di Indonesia hanya berkisar 70% PDB di Indonesia ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Fenomena munculnya karena kondisi pandemi covid-19 telah melemahkan sistem



perekonomian sebagian masyarakat Indonesia. Bahkan tidak jarang wabah ini data menimbulkan rasa kekhawatiran, kecemasan, kepanikan, bingung, dan kecewa. Pakar ekonomi menyoroti setidaknya ada delapan persoalan utama yang menjangkiti persoalan zakat di tengah pandemi Covid-19 seperti, tingkat rasa kekhawatiran yang tinggi, inflansi ekonomi yang sangat rendah, menurunnya segi penghasilan, tingkat kejahatan semakin meningkat, kondisi psikis dan mental terganggu, merasa bersalah, munculnya sikap anti sosial karena anjuran kebijakan pemerintah, tidak bisa berkreaitivitas karena faktor kebijakan peraturan pemerintah, cenderung tidak mudah bersosialisasi dan merasa asing. Delapan persoalan seperti ini lantas membuat kondisi semakin berubah dan akhirnya pemberdayaan zakat dirasakan terganggu dan tidak bisa berkembang.

Kerugian yang disebabkan akibat fenomena Covid-19 juga berdampak pada segi kerugian ekonomi secara nasional dan mempengaruhi APBN. Menurut menteri keuangan dalam Informasi [persadana.id](http://persadana.id) sektor bisnis tiap UMKM mengalami pemerosotan dan kemunduran hal ini disebabkan karena salah satu kebijakan yang diterapkan oleh pihak pemerintahan terhadap pertumbuhan kasus covid-19 yang semakin bertambah. Kebijakan PSBB ini menggambarkan aktivitas ekonomi yang terbengkalai dan menimbulkan kerugian ekonomi yang efek kerugiannya berdampak pada skala global dan nasional. (*Www.pasardana.id diakses pada tanggal 4 maret 2021 pukul 11.37*).

Dalam tatanan kultural, pihak masyarakat dalam mengelola dana zakat juga belum maksimal, bahkan dengan adanya kondisi pandemi covid-19 yang sudah terbukti telah menjadi persoalan utama pelaksanaan zakat yang dilakukan semakin tidak terkendali. Maka dari itu diperlukan masyarakat yang mandiri melalui proses penyaluran yang profesional agar terbentuk kemandirian sosial maupun kemandirian ekonomi disegala kondisi (Ruliana:2014:2).

Semua perhitungan kerugian yang telah dipaparkan merupakan faktor yang harus dirubah dalam segi implementasinya. Kedudukan antara filantropi Islam seperti zakat sangat penting di kehidupan sebagai bagian dari kebutuhan beribadah dibidang harta untuk dijadikan dari pola gaya hidup seorang muslim (Kasman, 2004: 8). Sebab dalam kondisi yang serba rumit, harus adanya sumber dana penopang dalam membangun

sektor roda perekonomian masyarakat muslim terhadap kondisi covid-19 yang sampai saat ini masih terjadi.

Karena sejatinya keimanan dan ketaqwaan seorang muslim dapat ditentukan atas dasar sikap kedermawanan terhadap sesama, dengan melalui penanaman sikap kepedulian sosial antar masyarakat. Maka, dalam hal ini diperlukan langkah strategi komunikasi yang efisien dan fleksibel dalam menghadapi segala persoalan yang ada dengan menerapkan sikap yang kontinyu untuk menguatkan dalam kondisi apapun.

Berdasarkan realita yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **Strategi Komunikasi Website Lazisnu Pati Dalam Menarik Masyarakat Untuk Berzakat Pada Masa Pandemi Covid-19**. Tujuan penelitian ini untuk membuat gambaran secara sistematis tentang tingkat kesadaran seseorang muslim dalam berzakat dimasa pandemi covid-19 menggunakan strategi komunikasi dengan melihat dalam pemanfaatan *website* Lazisnu Pati.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi komunikasi *website* Lazisnu Pati dalam menarik masyarakat untuk berzakat pada masa pandemi covid-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan, yaitu menganalisis strategi komunikasi dalam *website* Lazisnu Pati dalam menarik orang untuk berzakat pada masa pandemi Covid-19

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian secara teoritis terhadap manfaat yang ada maka diharapkan agar mahasiswa dapat menambah pengetahuan di bidang Komunikasi Penyiaran Islan (KPI), khususnya konsentrasi penerbitan untuk dapat mengetahui dan lebih memahami fungsi dari *website* yang biasanya digunakan oleh suatu lembaga pemerintahan dalam melakukan daya tarik teradap pengunjung *website*.

Menjadi tambahan referensi pada peneliti selanjutnya, agar menjadi objek kajian yang bisa diteliti kembali, terutama dalam mengatasi persoalan zakat di

tengah pandemi dengan menggunakan strategi komunikasi yang baik dalam ilmu komunikasi pada jenis komunikasi nonverbal.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian secara praktis peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

- a. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan, gagasan, wawasan, aktifitas akademi dan praktisi pada jurusan komunikasi penyiaran Islam yang dapat diterapkan pada mahasiswa UIN Walisongo dalam menggunakan dan memanfaatkan *website* secara baik dan bijak. .
- b. Dapat menjadi masukan pada setiap lembaga yang menggunakan dan memanfaatkan *website* untuk tetap menyebarkan informasi secara benar dan aktual sehingga dapat memberikan manfaat bagi pengunjung website lainnya dalam mengerjakan hal kebaikan.
- c. Hasil dari penelitian ini memberikan manfaat pada masyarakat agar selalu mendermakan sebgai harta yang telah diperoleh untuk kepentingan masyarakat yang membutuhkan dan kepedulian sosial antar sesama.
- d. Untuk pengunjung website hendaknya dapat memanfaatkan *platform website* untuk tetap menebarkan kebaikan dan selalu berhati-hati didalam menyebarkan setiap informasi yang berada di *website*.

## E. Tinjauan Pustaka

Dapat didefinisikan sebagai hasil kesimpulan dan telaah kritis, sistematis atas penelitian yang telah dilakukan dari peneliti sebelumnya dan memiliki kesesuaian yang relevan dengan penelitian sekarang. Oleh karenanya dalam melakukan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Website Laziznu Pati Dalam Menarik Orang Untuk Berzakat Ditengah Pandemi” dapat mengambil tinjauan pustaka sebagai berikut.

1. Penelitian Nur Hidayah (2020), Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pare-Pare yang berjudul “*Strategi Komunikasi BAZNAS Kabupaten Pinrang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat di Lembaga Zakat*”. Tujuan penelitian ini mengetahui tingkat kesadaran masyarakat Kabupaten Pinarang dalam

membayar zakat. Ditinjau melalui pendekatan fenomenologi dengan menggunakan metode Miles Huberman yang membagi data kedalam tiga kategori yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan data.

Hasil penelitian difokuskan pada tingkat kesadaran berzakat masyarakat pinrang yang masih sangat minim dan belum memahami makna dari zakat. Secara utuh bahkan dalam perhitungan zakat hanya sebatas menduga tanpa adanya perhitungan yang akurat. Strategi komunikasi yang digunakan belum efektif dan harus dilakukan upaya terhadap muzakki dan mustahiq melalui kerjasama antar masyarakat. BASNAZ kabupaten Pinrang melakukan strategi komunikasi persuasif dengan menggunakan model kekeluargaan sehingga membentuk suatu komunitas kelompok remaja yang saling bersinergi membangun pemberdayaan zakat dalam kondisi apapun.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu, menggunakan metode pendekatan fenomenologi disertai dengan teknik analisis model Miles Huberman yang mengadopsi tiga teknik analisis yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan penggunaan *Website* yang digunakan sebagai bentuk strategi yang akan diteliti oleh penulis dalam mengetahui keefektifan penggunaan *website*.

2. Penelitian Samudero Bagaskara (2019), Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Surakarta, yang berjudul "*Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Shadaqoh Muhammadiyah (LAZSISMU) Sukoharjo dalam Meningkatkan jumlah Muzakki*". Tujuan penelitian ini mengetahui peningkatan jumlah muzakki yang berada di Sukoharjo dengan metode strategi komunikasi yang digunakan .

Hasil penelitian strategi komunikasi yang digunakan oleh Lazismu Sukoharjo meliputi, mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan, dan peranan komunikator.

Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu menggunakan teori strategi komunikasi. Perbedaannya hanya terletak pada objek yang diteliti yaitu di Lazizmu, serta menggunakan model analisis dari Miles huberman. Sedangkan teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan teknik analisis dengan

memperhatikan aspek penggunaan strategi komunikasi yang didasarkan pada tiga cakupan data yaitu penyajian data, reduksi data dan analisis data.

3. Penelitian Hasriandi (2017) mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul skripsi “*Strategi komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Kecamatan Rappocini Kota Makassar*” Tujuan penelitian ini adalah menentukan strategi komunikasi yang diharapkan oleh pihak Baznas dalam pemberdayaan masyarakat miskin Kota Makassar.

Hasil dari penelitian tersebut dilakukan secara langsung oleh aparat pemerintah (camat, RT, RW, Lurah) dan aparat masyarakat desa setempat dan dibantu dengan organisasi remaja yang tergabung dalam ikatan remaja masjid. Dalam pemberdayaannya terdapat unsur strategi komunikasi yang efektif diantaranya yaitu, peranan lembaga dan SDM setempat yang mengelola zakat.

Persamaan penelitian ini adalah dengan menggunakan model analisis dari Miles dan Huberman yang menggunakan pola teknik yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan data. Adapun perbedaannya terdapat pada objek penelitian yaitu terdapat di Kota Makassar dengan melihat dari segi pemberdayaan untuk mengentaskan kemiskinan.

4. Penelitian Nadia Anggraeni (2015), mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, yang berjudul “*Strategi Komunikasi Rumah Zakat Indonesia dalam Pemberdayaan Lingkungan Masyarakat pada program senyum Lestari di Kelurahan Bintaro*”. Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi yang digunakan dalam melakukan pemberdayaan pada program senyum lestari di Kelurahan Bintaro. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dirumuskan oleh Rumah Zakat Indonesia melalui kegiatan donator, perorangan, donator instansi dan donator program.

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan membahas tentang objek Strategi Komunikasi. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yang diambil dan digunakan seperti Rumah zakat dan Lazisnu Pati.

5. Skripsi Rahmi Hidayah (2015), Mahasiswa Universitas Riau, dengan judul skripsi berjudul “*Strategi komunikasi lembaga Amil Zakat (LAZ) Swadaya Ummah dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki di Pekanbaru*”. Tujuan penelitian ini. mengetahui jumlah muzaki dengan cara menerapkan strategi komunikasi yang diberlakukan oleh Lembaga zakat Swadaya Ummah. Hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi dibagi atas tiga hasil yaitu, ketenagakerjaan, pemilihan media, dan isi pesan.

Persamaan penelitian membahas tentang objek strategi komunikasi yang diterapkan oleh pihak lembaga zakat. Perbedaannya terletak pada titik berat pada muzakki sedangkan penulis pada *website* dengan menggunakan kondisi pandemi covid-19.

Dari kelima penelitian yang telah dijabarkan dan dijelaskan pada tinjauan pustaka oleh peneliti, maka dapat disimpulkan tidak adanya unsur kesamaan dalam bentuk secara keseluruhan dengan penelitian yang akan dilakukan terutama dalam bagian *website*. Hal ini tentu sangat berbeda dan menunjukkan bahwa penelitian yang nantinya akan dilakukan oleh peneliti tidak mengandung unsur plagiasi dengan penelitian sebelumnya.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan pendekatan Penelitian**

Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Lexy Maelong memberikan gambaran tentang simulasi dan kejadian faktual dan sistematis mengenai faktor-faktor, sifat, hubungan fenomena dengan yang dimiliki untuk melakukan dasar penelitian. Penelitian ini menyajikan data berupa tertulis atau lisan dari informan dan perilaku yang diamati (Moleong, 1994:4).

Sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan melihat pada fenomena berzakat ditengah pandemi karena melihat adanya *platform website* yang digunakan oleh Lazisnu Pati . Hasilnya nanti akan diperoleh data berupa dokumen, foto, wawancara, observasi dan catatan lainnya. Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini dengan menggunakan metode dari Miles Hurbeman sebagaimana yang dikutip dari Sugiyono yaitu melalui tiga tahap yaitu, mereduksi data, penyajian data, verifikasi data.

## 2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual berguna dalam menggambarkan perilaku atau gejala yang diamati oleh peneliti. Peneliti nantinya akan membatasi dengan cara mengambil subjek penelitian yang berjudul “*Strategi Komunikasi Website Lazisnu dalam menarik minat masyarakat berzakat pada masa Pandemi Covid-19*”. Definisi konseptual yang perlu diperjelas yaitu :

### a. Strategi komunikasi

Pola berfikir terhadap suatu kebijakan dalam memecahkan suatu persoalan yang dihadapi dan merencanakan masalah yang dipilih dengan tujuan dapat dicari alternatif pemecahan solusinya. Strategi komunikasi dalam penelitian ini yang perlu digaris bawahi adalah pada bagian komponen strategi komunikasi yang meliputi, sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peran komunikator dalam komunikasi.

### b. Website

*Website* merupakan keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat di sebuah domain yang mengandung banyak informasi mengenai kegiatan dan pemberitaan. Dalam penelitian ini peneliti akan membatasi jumlah informasi yang berada di web Lazisnu Pati yaitu terhitung dari bulan Maret tahun 2020 saat pandemi Covid datang di Indonesia.

### c. Zakat

Zakat adalah memberikan sebagian harta yang telah dimiliki sebagai nisab kepada pihak yang membutuhkan dengan tetap menggunakan syariat Islam dengan jumlah kadar tertentu. Pada penelitian ini peneliti akan membatasi pengumpulan data zakat yaitu data diambil sejak kondisi Covid-19 di bulan Maret 2020 sampai bulan Maret 2021.

## 3. Sumber dan Jenis data

Pada penelitian kualitatif, data diartikan sebagai material kasar yang dikumpulkan oleh peneliti untuk membentuk dasar-dasar analisis. Data merupakan unit informasi terekam yang dapat dibedakan dengan data lain, sehingga bisa dianalisis dan

menjawab rumusan permasalahan (Tanzeh, 2011:79). Secara garis besar sumber data yang menjadi acuan dalam penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Jenis data primer adalah data pokok yang berkaitan dan diperoleh secara langsung dari objek penelitian (Subagyo: 1991:87). Adapun sumber data dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara dengan responden atau informan yang ada dilapangan atau tempat penelitian yang akan diolah untuk mendapatkan jawaban . data yang akan diambil berupa informasi dari informan yang ahli dalam bidang zakat dalam menarik masyarakat tetap melaksanakan kewajiban berzakat pada kondisi covid-19

2. Data Sekunder

Untuk mendukung dan menguatkan penelitian dipaparkan data yang diperoleh lewat pihak lain dan tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder yang akan diambil dari penelitian ini bersumber dari data internal seperti struktur kepengurusan Lazisnu Pati, dokumen Lazisnu Pati, Job description dan Strategi Komunikasi yang dipakai.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam Penelitian ini peneliti akan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data agar nantinya dapat memperoleh data yang objektif dan valid, yaitu sebagai berikut

- a. Observasi

Sebagai metode ilmiah, observasi dapat diartikan sebagai pencatatan dan pengamatan dengan sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti. Dalam arti luas observasi sebenarnya tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan terhadap website Lazisnu untuk melihat secara langsung kondisi sebenarnya.

- b. Wawancara



Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara sipenanya atau pewawancara dengan narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai Kepala Desk daerah, jajaran-jajaran, serta karyawan yang ada di Lazisnu Pati.

### 3. Dokumentasi dan Pengamat Partisipan

Catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan atau pengalaman, dan kepercayaannya. Dapat disimpulkan metode dokumentasi ialah untuk memperoleh kejadian nyata tentang situasi sosial dan arti berbagai faktor disekitar subjek penelitian. Dalam penelitian ini akan diperkaya dengan dokumen-dokumen pendukung proses penelitian baik itu dokumen internal maupun eksternal.

## 5. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2006: 94) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Dalam menganalisis data yang terkumpul, penulis menggunakan metode deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud untuk membuat gambaran mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Dalam analisis deskriptif kualitatif terdapat proses analisis data menurut Human Milles yang dikategorikan menjadi tiga yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan yang akan dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel. 1**

### Unit Analisis

<b>Tujuan Penelitian</b>	Menganalisis penerapan strategi komunikasi yang digunakan oleh Lazisnu pati dalam menarik zakat pada masa pandemi covid-19	Meninjau penerapan strategi komunikasi yang digunakan oleh Lazisnu pati dalam menarik zakat sebelum dan sesudah masa pandemi covid-19
<b>Reduksi Data</b>	Merangkum, memilah data pokok dan memfokuskan	

	pada hal-hal yang penting dari data wawancara	
<b>Penyajian data</b>	Menguraikan, menganalisis penerapan sistem informasi pada <i>website</i> Lazisnu Pati .	
<b>Penarikan kesimpulan</b>	Menjelaskan strategi komunikasi yang digunakan oleh Lazisnu Pati dalam menarik masyarakat untuk berzakat pada masa pandemi covid-19.	Memberikan bentuk strategi khusus yang digunakan oleh pihak Lazisnu dalam masa pandemi-19.

Dalam teknik analisis ini peneliti menggunakan uji keabsahan data dengan menggunakan model dari Meoleng dengan menggunakan triangulasi. Yang didefinisikan sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memerlukan pengecekan dan membandingkan terhadap data. Teknik ini terbagi menjadi empat yaitu, triangulasi metode, triangulas antar-peneliti, triangulasi sumber data dan triangulasi teori.

Pada teknik ini peneliti menggunakan triangulasi sumber data, yang dimana dalam melakukan proses wawancara informan harus dari berbagai segmen, agar hasilnya tidak parsial. Selanjutnya, hasil dari wawancara tersebut di cek kembali berdasarkan sumberdata yang telah diperoleh dengan menggunakan prinsip

- a. Membandingkan data dengan hasil penelitian
- b. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan dengan penelitian
- c. Membandingkan keadaan dengan perspektif banyak orang.

## 6. Sistematika Penulisan Skripsi

Sesuai pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikais UIN Walisongo, sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi beberapa bagian utama.

1. Pertama, bagian awal, judul, halaman, nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman abstrak, kata pengantar, dan daftar isi.
2. Bagian isi yang terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:
  - Bab I** :Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan
  - Bab II**: Kerangka teori menjelaskan tentang tinjauan teoritis yang memaparkan variabel penelitian. Pada penelitian ini akan menguraikan strategi komunikasi, tinjauan umum *website* , Menarik masyarakat berzakat, dan Covid-19.
  - Bab III**: Memuat berisi gambaran umum objek penelitian menguraikan tentang objek yang diteliti. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan gambaran umum *Company Profile* seputar Laziznu Pati dan temuan data penelitian.
  - Bab IV**: berisi analisis kemampuan meneliti menganalisa dan mengkaji dokumen yang telah didapatkan dan mencocokkan dengan hasil wawancara .
  - Bab V** : Kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **STRATEGI KOMUNIKASI *WEBSITE* DALAM MENARIK MASYARAKAT UNTUK BERZAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**

#### **A. Pengertian Strategi Komunikasi**

##### **1. Strategi**

Strategi merupakan rencana metode cermat yang digunakan dalam mencapai tujuan yang ingin dihasilkan. Adapun menurut Sondang Siagian strategi merupakan teknik cara model metode yang cocok yang sifatnya mendasar dan fundamental yang digunakan sebagai bagian dari sasaran dengan segala perhitungan kendala yang pembahasan persoalan.

Menurut Husainumar strategi hakikatnya adalah sebuah metode perencanaan dengan menggunakan konsep manajemen untuk dapat mencapai suatu hasil yang menjadi awal tujuan yang harus dapat menjelaskan bagaimana teknik oprasionalnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan bagian dari cara untuk mencapai visi misi yang telah diterapkan oleh pihak lembaga dalam jangka pendek maupun jangka panjang untuk mengetahui tingkat kesadaran seseorang yang mampu mengoprasikan tingkatan suatu perusahaan agar berjalan eferktif dan efisien, serta dapat menggunakan segala bentuk strategi untuk mengatasi persoalan dan hambatan yang ada.

Dalam melakukan Strategi maka diperlukan komunikator yang piawai dalam melakukan bentuk komunikasi untuk menciptakan suatu strategi yang hebat. Indikator jenis starategi yang dapat digunakan agar efektif yaitu.

##### *a. Credibility*

Dengan menguasai teknik citra diri maka stategi akan mudah didapatkan serta informasi yang disampaikan akan terarah. Komunikator harus bisa mengali potensi diri melalui prestasi

##### *b. Capabiity*

Kecakapan berbicara dan kemampuan dalam menggunakan akal untuk memahami kodisi, mengorganisasi, mengkomunikasikan, mengkoordinir,

serta mempertahankan pikiran serta pendapat dan mampu memberikan kecakapan dalam bertindak dan berperilaku.

c. *Clarity*

Dapat mendeskripsikan sebagai kejelasan dan ketepatan ucapan. Keterampilan yang digunakan dalam penguasaan teknik penyampaian strategi melalui komunikasi

d. *Sympathy*

Dapat memahami segala bentuk situasi dan kondisi yang ada, serta dengan mudah memahami karakter seseorang sebelum melanjutkan pada bagian strategi komunikasi

e. *Enthusiasity*

Cenderung lebih menghargai bentuk tampilan dan antusias kondisi lingkungan sebelum menentukan sasaran yang akan dituju.

Jadi dapat disimpulkan strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan berkaitan dengan eksekusi sebuah aktivitas, pelaksanaan gagasan, penyusunan rencana, untuk mencapai sasaran dan tujuan yang sesuai dengan peluang serta ancaman yang berfokus pada tujuan jangka panjang. Selain itu, strategi dapat diartikan sebagai rencana kerja yang memaksimalkan kekuatan yang saling berkaitan secara efektif dan tepat sasaran agar sumber daya organisasi yang ada didalamnya mencapai suatu sasaran tujuan organisasi.

Selain itu dalam buku *Pengambilan Keputusan Stratejik: Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*, Kotten membagi bentuk-bentuk strategi menjadi empat bagian, yaitu:

1. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi)

Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif stratejik.

2. *Program Strategy* (Strategi Program)

Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari program tertentu.

3. *Recourse Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya)

Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya ini dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya.

4. *Institutional strategy* (Strategi Kelembagaan)

Fokus dari strategi institusional ini ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif stratejik.

Dari tipe-tipe strategi yang telah dipaparkan, menunjukkan bahwa strategi tersebut dapat dipergunakan sesuai dengan keadaan dan situasi tertentu. Dalam bukunya Kotten menyebutkan, tipe strategi yang paling efektif yaitu tipe strategi pendukung sumber daya manusia yang dapat dilakukan dengan menggunakan, memperhatikan dan meningkatkan kualitas kinerja organisasi atau perusahaan.

2. Komunikasi

Menurut Lasweel definisi komunikasi merujuk pada suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui tanda, sistem lambang, tingkah laku untuk mengomunikasikan ide dengan pihak lain, melalui banyak cara, seperti, berpidato, mengobrol dan menulis maupun untuk melakukan korespondensi. Jadi komunikasi dapat terjadi karena adanya proses saling berbagi melalui tanda. Didalam komunikasi proses akan mengalami gejala yaitu suatu proses untuk mengetahui siapa, dan dengan akibat apa, hasil, media dan pengaruhnya.

Dalam komunikasi dapat terjadi dengan ispa saja artinya komunikasi bisa terjadi jika seseorang dapat menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu dengan melihat unsur yang dijabarkan sebagai berikut.

a. *Who* (Komunikator)

Pihak yang menyampaikan pesan atas segala bentuk sumber informasi yang telah dipaparkan dan disebarkan.

b. *Says Which Channel* (Pesan):

Pernyataan pesan yang didukung dan pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

c. *In Which Channel* (media)

Sarana media mendukung yang memfasilitasi agar pesan tersampaikan agar pesan tersebut dapat dipublikasikan

d. *To Whom* (Pihak Penerima Pesan)

Pihak penerima pesan yang mendengarkan, merespon dan memahami isi pesan dari komunikan.

e. *With what effect* (Efek yang timbul)

Dampak yang ditimbulkan sebagai akibat dari bagian pengaruh dan pesan yang telah disampaikan.

Sedangkan menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* KBBI komunikasi diartikan sebagai pengiriman serta proses penerimaan pesan atau informasi dari satu orang, dua orang atau lebih sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dan mudah untuk dilakukan. Sehingga hakikat komunikasi dapat terjadi apabila adanya interaksi yang dilakukan antara seseorang dan menimbulkan reaksi dari komunikator kepada komunikan yang didalamnya terdapat suatu pesan dan makna. Didalam proses komunikasi terdapat unsur, adapun unsur komunikasi menurut (A.W Wijaya: 2000:30) sebagai berikut:

1. Sumber

Dapat didefinisikan sebagai pusat informasi yang akan disampaikan oleh pihak komunikator

2. Komunikator

Seseorang yang menyampaikan informasi atau pesan yang akan disampaikan kepada pihak komunikan

3. Pesan

Sesuatu yang akan diutarakan dan menjadi makna simbiolik terhadap pesan yang akan dipublikasikan

4. Chanel/Saluran

Dapat diartikan sebagai media atau saluran tempat penyebaran pesan

5. Effect/hasil

Kesimpulan dan hasil analisis yang dikomunikasikan antara pihak komunikator dengan pihak komunikan.

(Dedy Mulyana: 2018) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses, pemindahan gagasan dalam bentuk informasi dari seseorang dengan melalui teknik persuasif . komunikasi ada disebabkan karena kebutuhan manusia dalam proses berhubungan secara sosial agar dapat mencapai suatu situasi dan integrasi moral. Adapun macam-macam bentuk komunikasi dapat dilihat sebagai berikut:

a. Komunikasi Verbal

Merupakan interpretasi dari symbol, tanda yang menggunakan satu atau lebih symbol. Bahasa juga dapat dikategorikan sebagai kode verbal. Dan dapat di lihat melalui bentuk lisan maupun tulisan.

b. Komunikasi Non Verbal

Proses komunikasi dengan menggunakan kata, gerakan tubuh, vokal, bukan bahasa atau kata, kedipan mata, ekspresi dan kedekatan jarak sentuhan.

### **3. Strategi Komunikasi**

Strategi dan komunikasi merupakan hubungan perpaduan antara unsur komunikasi dan teknik manajemen yang didalamnya terdapat unsur efektifitas dalam menyampaikan komunikasi secara baik dan benar. Menurut Handoko Strategi Komunikasi merupakan teknik melalui point pola-pola komunikasi sebagai tujuan dan kebijakan serta rencana yang akan diambil untuk menggapai tujuan awal yang akan diraih.

Effendy menjelaskan bahwa dalam menyusun strategi komunikasi harus terdapat pemikiran dengan menggunakan model dan perhitungan faktor-faktor pendukung dan penghambat lainnya yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Mengenai Sasaran Komunikasi

Belajar dari segala sesuatu yang menjadi arahan sebelum melakukan tahap komunikasi. Serta mengerti dengan betul manfaat dari tujuan informasi yang diberikan

b. Pemilihan Media Komunikasi

Perlu mempelajari sasaran dari komunikasi yang disampaikan serta lebih tahu tindakan apa yang akan digunakan.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi



Untuk mencapai tujuan sasaran komunikasi maka pesan yang disampaikan harus dapat menentukan teknik yang harus diambil, seperti teknik pesuasif, jangan menggunakan kata konotatif.

d. Peranan Komunikator dalam komunikasi

Daya tarik menjadi faktor enting dalam melancarkan aksi strategi komunikasi, kredibilitas sumber, serta dapat mengubah pola perilaku komunikasi melalui mekanisme teknik persuasif.

Menurut teori Johari Windaw digunakan untuk menciptakan hubungan interpersonal dan personal, konsep teori ini terdapat empat perspektif yang digunakan dalam mengasah dan mempengaruhi seseorang untuk bertindak berperilaku. Menurut (AED: 1985) terdapat empat macam bentuk strategi komunikasi yang telah digunakan sampai saat ini, yaitu:

1. Strategi Komunikasi berdasarkan media
2. Strategi komunikasi melalui desain instructional
3. Strategi komunikasi melalui partisipatori

## **B. Tinjauan Umum *Website*.**

### **1. Pengertian *Website***

Menurut Yuhefizar (2013:2) mendefinisikan pengertian *website* merupakan keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat disebuah domain yang mengandung banyak informasi mengenai kegiatan dan pemberitaan.

Menurut Hirarki *website* merupakan gambaran dalam bentuk *tree*, yang dapat menampilkan sistematika dan konsistensi yang dapat di navigasikan berdasarkan cara penelusuran menggunakan internet dengan cara yang baik dan terjamin. Atau biasa yang dikenal dengan sistem *web engineering* (Supriansyah: 2006)).

*Website* merupakan *platform* yang di sebut dengan istilah *site*, *situs web* atau *portal*, yang didalamnya terdapat terdapat banyak berbagai kumpulan halaman web yang terhubung antara satu dengan yang lainnya melalui *home page*. Di dalam *websitei* pengunjung dapat melihat tampilan informasi yang telah

disediakan oleh pihak pengguna *website*. Halaman demi halaman yang terhubung didalamnya di namakan *web page*.

Dengan kata lain *website* merupakan situs yang dapat diakses oleh semua orang media sosial yang menggunakan akses internet untuk mencari informasi yang ada . Potensi *website* dapat dilihat dari jumlah pegunjung yang melihat tampilan dan biasanya di dalam website terdapat sebuah rubik yang terlebih dahulu telah *disetting* oleh pihak lembaga atau pemerintahan agar tampilan website semakin baik.

Umumnya *website* memiliki potensi yang cukup besar dari segi pemasaran dan tingkat promise jika di gunakan untuk menampilkan informasi yang berada di dalam kegiatan untuk di sebarluaskan. Pengunjung bisa mengetahui suatu informasi tanpa harus datang melihat secara langsung. Dengan adanya *website* informasi yang disajikan terasa lebih mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam mencari informasi yang diinginkan. Untuk dapat melakukan *website* dan menjalankannya biasanya menggunakan sistem yang di sebut dengan rekayasa *website*. Ada beberapa hal yang harus dipenuhi dalam membuat rekayasa tersebut diantaranya yaitu:

*a. Correct*

Berfungsi sebagai kebenaran dan kesalahan yang pada kenyataannya sebelum sulit didefinisikan suatu sistem user yang terlihat secara benar.

*b. Maintainable*

Dapat diubah secara mudah dan dapat dioperasikan secara lebih gampang dengan cara yang baik dan benar.

*c. Portable*

Dapat dijalankan pada multiplatforms (browser dan server) yang menggunakan sistem terupdate dari sebuah jaringan

*d. Scalable*

Dapat diperbesar untuk melayani lebih banyak pengguna dan pengunjung yang bersifat relative yang dapat diakses dalam keseharian.

*e. Reusable*

Dapat digunakan kembali pada saat yang bersamaan dan untuk mencapai sesuatu hal yang menakjubkan serta tidak terdapat kendala dalam melakukan suatu hal apapun.

*f. Robust dan reliable*

Dapat digunakan secara lebih efisien dan menggunakan sistem dapat diandalkan, dan sesuai dengan kebutuhan yang dilakukan.

*g. Efficient*

Performa yang baik yang dapat dilihat dari adanya *website* yang terampil dan dapat cepat digunakan oleh setiap pengguna.

*h. Well Documented*

Dapat terdokumentasi dengan baik serta menggunakan sistem yang memenuhi kapasitas yang dapat diatur oleh pihak pengelola untuk bagian tampilannya dan dapat diarsipkan.

Menurut Yuhfizar, *website* merupakan tampilan informasi yang ada di internet baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan dapat diandalkan. Biasanya kumpulan halaman yang menampilkan informasi tersebut biasanya menggunakan sistem jaringan yang dinamis yang membentuk satu rangkaian dimana dapat dikoneksikan dengan jaringan halaman yang biasa disebut *hyperlink*

## **2. Fungsi Website**

Menurut (Rughi Rudin: 2017) Dalam konteksnya, *website* memiliki beberapa tujuan yang dapat dikategorikan berdasarkan fungsinya diantaranya yaitu:

a. Fungsi Komunikasi

Jenis fungsi yang dapat diandalkan sebagai sarana komunikasi adalah dengan menggunakan sistem web dinamis yang bersifat programming. Seperti *server side*, maka dilengkapi

b. Fungsi Informasi

*Web* yang lebih menekankan pada fungsi yang dapat diatur oleh kualitas bagian konten yang tujuannya menyampaikan isinya.

c. Fungsi Entertainment

Berfungsi sebagai hiburan yang dapat digunakan sebagai pengguna animasi gambar dan elemen gerak yang dapat meningkatkan prestasi.

d. Fungsi Transaksi

Dapat dijadikan sebagai sasaran dalam melakukan bisnis yang berkaitan dengan barang, jasa, konsumen, komunitas melalui transaksi elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer atau dengan membayar secara langsung.

**3. Jenis Website**

Berdasarkan tujuannya jenis *website* memiliki jenis yang dapat dikategorikan berdasarkan fungsinya diantaranya yaitu:

a. Alat Pemasaran

Umunya *website* digunakan sebagai bukti alat pemasaran yang menggunakan sistem teknologi yang menggunakan jaringan yang dapat dilakukan dengan mencantumkan media pemasaran yang lebih luas.

b. Nilai Tambah

Sarana promosi dalam media yang lebih efektif dan efisien karena menggunakan sistem yang terampil dan dapat memberikan layanan secara online untuk dapat digunakan sebagai nilai tambahan untuk menarik pengunjung.

Dapat digunakan sebagai

c. Katalog

Untuk hal ini berisikan mengenai berbagai macam produk dan kualitas dari produk yang mengadopsi berbagai unsur yang ada, penempatan katalog ini biasanya disesuaikan dengan jenis produk yang akan menjadi tujuan dalam pemasaran agar mencapai tujuan yang bermanfaat dan tepat sasaran.

d. E-Commerce

Untuk hal ini biasanya digunakan sebagai sarana dalam pemenuhan kebutuhan pengguna lewat jumlah yang akan dilakukan. Untuk hal ini ditujukan sebagai pusat pemasaran dalam jangkauan yang lebih luas, yang mengadopsi dengan perkembangan zaman yang sampai saat ini masih menggunakan sistem teknologi yang memadai.

e. E-Learning

Biasanya digunakan sebagai pusat pembelajaran yang digunakan sebagai para pelajar yang dapat diakses secara mudah melalui akses internet yang gampang dan

terampil. Dalam hal ini dapat digunakan sebagai alat pemenuhan yang sistematis yang terpercaya dan mudah digunakan oleh pihak yang lainya.

f. Komunitas

Dalam hal ini komunitas ini dapat digunakan sebagai sistem tata cara hubungan diantara keduanya yang menggunakan sistem perorangan yang terjamin dan dapat dilakukan dengan cara yang lebih baik dan lebih tepat untuk memaksimalkan potensi yang ada.

g. Personal

Dalam hal ini digunakan sebagai website personal yang biasanya menginformasikan sesuatu melalui domain yang telah dibuat dengan sendiri melalui sistematisasi sistem kinerja dari diri sendiri.

#### 4. Unsur-Unsur Website

a. Nama Domain

Biasanya disebut dengan URL yang digunakan sebagai alat untuk memasukan alamat internet yang mengidentifikasi sebuah *website*. Biasanya hal itu disebut dengan domain name atau alamat dalam *website*.

b. Rumah Tempat *Website*

Dapat disebut sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat dapat digunakan untuk menyimpan berbagai data, file gambar yang mengharuskan bagaimana cara menampilkan bentuk tampilan dari *website*. Besar data yang diperoleh biasanya dimasukan dan ditampilkan semakin besar. biasanya lamanya penyewaan tersebut bergantung dengan rata-rata hitung pertahun.

c. Bahasa Program

Dapat di gunakan sebagai sarana dalam menerjemahkan setiap bahasa dan perintah yang ada didalamnya, pada saat yang bersamaan dapat pula dijadikan sebagai pusat pencarian informasi yang menggunakan sistem rumus yang dinamis dan interaktif serta akan terlihat bagus.

d. Design *Website*

Design tersebut biasanya di gunakan sebagai bahasa dalam pemrograman yang pada saatnya akan dilakukan dengan fungsi dan tujuan yang sama.

Umumnya design gambar tersebut menampilkan kualitas dari keindahan sebuah *website* dan berperan sebagai pusat pengendalian arus yang menarik jumlah pengguna dan pembaca. Sehingga dapat berjalan efektif.

e. *Publikasi Website*

Melakukan bentuk penyewaan yang dapat berpotensi sebagai informasi dalam website yang digunakan sebagai sarana dalam pembublikasian pamlet-pamlet. Sebelaran, biasanya publikasi yang dilakukan sangat terbatas dan sangat lama untuk membukanya tujuannya agar mudah diakses

f. *Pemelihara Website*

Untuk pemeliharaan website ini menggunakan sistem jaringan yang digunakan menggunakan sistem yang otomatis biasanya berupa secara otomatis yang digunakan menggunakan sistem yang terjamin dan terbaik melalui layanan jaringan yang memadai dan terstruktur.

## C. Zakat

### 1. Pengertian Zakat

Secara *etimologis* zakat memiliki arti berkah, tumbuh, suci, baik. Karena didalam zakat seseorang dapat mengeluarkan zakat atas hartanya dan menjadi berkah dan tumbuh menjadi lebih baik (Mardani.2016:13).

Zakat menurut bahasa berarti suci dan mensucikan, berkah, pemberian, bersih. Sedangkan menurut istilah adalah memberikan sebagian harta yang telah dimiliki sebagai nisab kepada pihak yang membutuhkan dengan tetap menggunakan syariat islam dengan jumlah kadar tertentu.

Ada beberapa keutamaan dan manfaat dari umat muslim mengeluarkan zakat diantaranya yaitu:

- a. Menjadi pribadi yang taat terhadap Allah dengan menjalankan salah satu rukun Islam
- b. Sarana untuk mendekatkan diri pada Allah dan menambah keimanan
- c. Mendapatkan pahala dan balasan yang maksimal diakhirat atas pemberian zakat yang telah dilakukannya.
- d. Sebagai sarana penghapus dosa bagi seseorang yang membazar zakat

- e. Zakat merupakan salah satu sumber dana potensial untuk mengentaskan kemiskinan dan memacu pertumbuhan ekonomi.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang harus ditegakkan oleh sebagian umat muslim di dunia. Adapun syarat dan rukun yang diwajibkan dalam berzakat yaitu:

1. Islam
2. Merdeka
3. Pemilik yang pasti
4. Berkembang
5. Melebihi kebutuhan pokok
6. Bersih dari hutang
7. Mencapai nisab

Dalam melakukan zakat, menurut Sayid Muhammad Rasyid Ridha terdapat delapan golongan yang diwajibkan dan berhak untuk menerima zakat hal ini didasarkan pada prinsip surat At-Taubah Ayat: 60 diantaranya sebagai berikut

- a. Fakir,

Pengertian fakir adalah orang yang terlantar, tidak memiliki tempat tinggal karena keterbatasan dalam faktor ekonomi ketiadaan alat-alat dan syarat-syaratnya.

- b. Miskin

Pengertian miskin adalah seseorang yang tidak memiliki bekal untuk kebutuhan keseharian dan tidak memiliki harta apapun bahkan dalam hidup sangat kesusahan.

- c. Amil

Pengertian Amil adalah seseorang yang telah bekerja namun hanya dapat mencukupi kebutuhannya dalam satu hari kerja saja, namun dalam sekali bekerja tidak memiliki penghasilan lebih untuk kebutuhan hidup selanjutnya.

- d. Muallaf

Seseorang yang baru saja memeluk agama Islam serta belum menegalkan Islam secara mendalam dan masih dengan tahap pengenalan lebih dasar

e. Gharim

Seseorang yang memiliki hutang dan tidak sanggup untuk membayar walaupun sudah bekerja dan berusaha semaksimal mungkin.

f. Riqab

Budak yang baru dibebaskan artinya tidak mengalami penyiksaan kembali dan telah sampai pada tahap merdeka.

g. Ibnu Sabil

Seseorang yang sedang melakukan perjalanan jarak jauh.

Dalam pelaksanaan zakat yang telah dijalankan, terdapat berbagai macam jenis jenis zakat berdasarkan nisabnya. Adapun jenis-jenis zakat menurut buku pengelolaan zakat dan manajemen zakat antara lain ini bagi menjadi dua yaitu sebagai berikut

1. Zakat Fitrah

Zakat yang wajib dikeluarkan oleh seorang umat muslim yang dibayarkan menjelang hari raya idul fitri sebagai bagian dari mencusikan diri. Zakat ini biasanya berupa bahan pokok beras yang di keluarkan sebanyak 2,5 kg. zakat ini dikeluarkan sebagai bagain dari rasa syukur seorang muslim terhadap nikmat yang Allah berikan selama hidup menjelang hari raya idul fitri.

2. Zakat Mall

Zakat Mal merupakan bagian dari zakat harta atau kekayaan yang wajib dikeluarkan setiap muslim yang mampu dan telah mencapai nisab dari pembayaran zakatnya. Adapun jenis dari zakat kekayan antara lain, zakat harta, zakat perniagaan, zakat binatang ternak, zakat barang hasil temuan, zakat hasl tanaman. Keseluruhan zakat tersebut menjadi acuan ketika hasil yang diperoleh sudah mencapai hitungan nisab untuk dizakatkan.

## **D. Pandemi Covid-19**

1. Pandemi

Menurut KBBI Pandemi didefinisikan sebagai epidemic yang terjadi diseluruh dunia. atau wilayah yang sangat luas, secara bahasa berarti persebara



penyakit yang berada di seluruh dunia. Menurut (Strong: 2020) pandemi berarti persebaran penyakit yang sangat cepat dan menyebar yang disebabkan karena infeksi virus atau bakteri dan dapat mengakibatkan kematian pada makhluk hidup.

## 2. Covid-19

Covid 19 atau yang dikenal dengan *Corona virus Disease 19*, muncul karena adanya suatu virus baru yang trindikasi memiliki gejala, sesak nafas, demam tinggi, batuk dan kurang terjaganya sistem kekebalan tubuh. Virus ini tercatat sudah menginfeksi setidaknya 4 juta dari total 213 negara yang terkontaminasi dan terinfeksi covid-19.

Menurut situs resmi *website* dari pemerintahan Indonesia mengenai informasi keberadaan Covid-19 [covid.go.id](https://www.covid.go.id). ditahun 2020 bulan maret persebaran covid-19 mulai merebak virusnya di beberapa kota di Indonesia seperti, Jakarta, , jawa barat, jawatimur, jawa tengah, Denpasar, Sumatra utara, Sumatra barat, Makasar, Palembang, Raiu dan seluruh kota yang ada di Indonesia.

Covid merupakan varians dari virus yang bersifat *infodemic* artinya terus berkembang dan sangat sulit untuk diidentifikasi keberadaanya. Menurut (Tirto: 2020). Keberadaan Covid membuat kontroversial yang virak yang menyebbkan manusia merasa takut secara berlebihan dan mengalami *Pskologi pandemi* dimana suatu kondisi yang menyebabkan seseorang tidak bisa berfikir dan memahami dririnya sendiri, memiliki rasa kecemasan yang tinggi dan dapat mengakitkan stress depresi dngangguan jiwa terhadap segala kondisi yang terjadi

Jadi dapat disimpulkan bahwa pandemi Covid-19 merupakan suatu virus yang berkembang dan berasal dari negara Cina dan menyebar diberbagai negara yang menyebabkan kematian dalam jumlah skala yang besar.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM LAZISNU PATI**

#### **A. Profil Lazisnu**

##### **1. Sejarah**

Sejarah Lembaga Amil Zakat Infak Shadaqah Nahdatul Ulama (Lazisnu) Pati didirikan ditahun 2004 dan sesuai dengan amanah Mukhtamar NU ke-31 yang digelar di Asrama Haji Donohudan. Lembaga tersebut lantas memiliki tujuan dalam memberikan kesejahteraan umat dan yang dapat mengangkat harkat sosial melalui pendayagunaan dana zakat, infaq, shadaqah yang berada dibawah tujuan cita-cita awal berdirinya dengan melalui lembaga Nahdatul Ulama melalui dana-dana Corporate Sosial Responsibility (CSR). (wawancara Ketua Lazisnu Pati)

Untuk Pusatnya berada diwilayah Pengurus Pusat (PP) Lazisnu sedangkan ketuanya pusatnya adalah Prof. Faturahman Rauf yang lebih menekankan dan memfokuskan tentang masalah internal lembaga. Kemudian dalam sistemnya menggunakan sistem manajemen ISO 9001T2015 yang telah dikeluarkan oleh badan sertifikasi NQA dan UKAS manajemen system dengan nomor sertifikat 49224 yang telah diterbitkan ditanggal 21 oktober 2016. Lazisnu tersebut ditujukan sebaga model sistem dalam pengembangan manajemen yang mantab (modern, Akuntable, ransparan, Amanah, dan Profesional).

Dalam pengelolaan Lazisnu Pati ini menerapkan prinsip nilai saldo tahunan yang berarti untuk keseluruhan dana zakat, infaq, shadaqah tersebut disalurkan disetiap tahun dan tidak disishkan untuk saldonya. Kemudian untuk nasabnya Lazisnu Pati memiliki sistem program dalam pengelolaan zakat yaitu berupa zakat profesi, zakat tabungan, zakat penghasilan zakat pertanian, yang jumlah keseluruhanya tersebut dikelola secara bijak dan melalui sistem yang sudah tersertifikasi.

Sedangkan dalam konteks infaq dan shadaqah Lazisnu Pati ini tetap memberikan dana kepada masyarakat yang lebih membutuhkan dalam bentuk materi (harta) untuk disalurkan kepada pihak yang membutuhkan, anjuran infaq dan Shadaqah ini sunah tanpa ada unsur paksaan sebagai bagian dari rasa kasih sayang diantara sesama masyarakat yang beragama Islam dan umat muslim didunia.

Untuk alamatnya Lazisnu Pati ini berada di wilayah jalan Dr. Soesanto, Ngipik, Kutoharjo, kecamatan Pati Kabupaten Pati Jawa tengah dengan kode pos 59111, berada dibawah naungan kementrian Agama dan sudah tersebar diseluruh Indonesia serta *website* nya yang diberi nama *nucarepati.online*.

Secara lengkap bentuk rebranding yang dilakukan oleh Lazisnu Pati ini menjadikan pintu masuk pada masyarakat secara global sebagai bentuk mengenalkan Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan shadaqah, Nahdatul Ulama (Lazisnu) Pati. Di tahun 2004 tersebut digunakan sebagai sarana dalam membantu masyarakat, hal ini sebagai landasan dari amanat muktamar NU yang ke-31 di Asrama Haji Donohudan, Boyolali, Jawa Tengah, Jawa Tengah.

NU Care secara yuridis-formal telah dikukuhkan oleh surat keputusan (SK), Menteri agama No.65/2005. Hal tersebut sesuai dengan muktamar Nahdlatul Ulama ke-32 di Kota Makasar, Sulawesi selatan. KH. Masyhuri Malik yang dianggap sebagai pemberi amanah kepada sebagai ketua PP Lasisnu dan menggantikan Prof. D. H. Faturrahman Rauf, MA. KH. Masyhuri agar dapat dipercaya untuk memimpin PP Lazisnu Pati untuk kepengurusan di tahun 2010-2015.

Hal itu telah diperkuat oleh SK Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) yang di beri nomor No.14/A.II.04/6/2010 mengenai susunan pengurus Lasiznu pada periode 2010-2015. Karena hal tersebut kemudian didasarkan atas surat keputusan Nomor 15/A.II.04/09/2015 mengenai pembentukan pengurus pusat Lazisnu pada masa khidmah 2015-2020 diketui oleh Syamsul Huda, SH.

Kemudian ditahun 2016 (1437H) tersebut dikembangkanlah upaya dalam meningkatkan kinerja untuk meraih kepercayaan sistem manajemen ISO 9001:2015 yang kemudian dapat dikeluarkan oleh badan sertifikasi NQA dan UKAS tentang manajemen tata pengelolaan sistem baik dengan nomor sertifikat 499224 yang telah diterbitkan pada ditanggal 21 oktober 2016, dengan komitmen dan harapan agar manajemen tersebut dapat mengenai tujuan yang didirikan sejak awal yaitu disingkat dengan mantab (modern, akuntable, transparan, amanah dan professional).

Sampai saat ini, Nu Care telah memiliki jaringan dalam hal pelayanan dan pengelolaan dana ZIS duseluruh dunia tepatnya di 12 negara di 34 provinsi dan 376 kabupaten atau kota di Indonesia. NU Care dianggap sebagai bentuk pelayanan

lembaga filantropi yang akan terus berupaya yang semua sistem pencatatan yang baik dan transparan dan penyalurannya juga bisa dilihat secara realtime melalui sistem IT.

Untuk saat ini sistem pengelolaan ZIS di Kabupaten Pati telah menerapkan bentuk inovasi *Website* yang dikelola dengan cara terstruktur kepada pihak ranting dan cabang dibawah naungan Lasiznu Pati di Kabupaten Pati dengan jumlah rata-rata pengunjung sekitar 1500 perhari. Dengan upaya tersebut diharapkan agar dapat membangun dan mengupayakan bentuk sistem pengelolaan dana yang relevan dan terjamin dengan baik dan benar sesuai syariat Islam dan perkembangan yang ada. (<https://nu.carelazisnupati>) diakses pada tanggal 1 Agustus 2021 pukul 17.00

## **2. Visi dan Misi**

### **Visi**

Bertekad menjadi lembaga pengelola dana masyarakat (zakat, Infaq, shadaqah, wakaf, yang didayagunakan secara amanah dan professional untuk kemandirian umat.

### **Misi**

- i. Mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk mengeluarkan zakat, infaq, shadaqah dengan rutin.
- j. Mengumpulkan atau menghumpun dan memperdayakan dana zakat, infaq, dan shadaqoh secara profesional transparan.
- k. Menyelenggarakan program pemberdayaan masyarakat guna mengatasi problem kemiskinan, pengangguran dan minimnya pendidikan yang layak.

## **3. Atribut Lazisnu**

### **a. Logo Lazisnu**



**b. Tagline**

Lazisnu di Kabupaten Pati memiliki tagline yaitu zakat untuk kesejahteraan umat, dimana zakat tersebut nantinya berdampak pada pemenuhan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat guna diproduktifitaskan.

**c. Rubrikasi**

Lazisnu Kabupaten Pati memiliki *Website* yang resmi yaitu <https://nucarepati.online> yang digunakan dalam menyebarkan informasi maupun berita tentang zakat, infaq, shadaqah berdasarkan pengalaman dan realitas yang ada di wilayah Kabupaten Pati. *Website* ini dikelola langsung oleh cabang ranting di tiap desa yang berada di wilayah Kabupaten Pati, dan untuk penulisanya menggunakan sistem bergilir dari setiap ranting yang terhubung dengan organisasi Nahdathul Ulama dibawah naungan masyarakat Nahdhiyin.

Untuk rubrikasi dalam *websinya* terdiri dari menu home, profil, laporan, cek donasi anda, galeri dan hubungi kami, untuk penjelasanya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Menu Home

Dalam menu fitur ini berisikan mengenai bagian awal dari *website* yang menjelaskan mengenai atribut yang di gunakan Nu-Care Pati dalam memberikan edukasi melalui bentuk gambar bertuliskan “Salurkan Zakat, Infaq, Shadaqah melalui Lazisnu Terdekat. Lazisnu Pati siap Berkhidmah.

## 2. Profil

Dalam fitur ini berisikan sejarah umum Lazisu Pati dan susunan kepengurusan serta visi misi yang diterapkan oleh pihak lembaga.

## 3. Laporan

Dalam fitur menu ini berisikan mengenai laporan keuangan yang ada dan berhasil didonasikan oleh pihak Lazisnu di keseluruhan tiap tahunnya, sehingga dalam konteks ini menedepankan nilai kejujuran dan transparansi dana keuangan.

## 4. Cek Donasi

Dalam fitur menu ini berisikan mengenai donasi yang disalurkan dari tiap-tiap orang yang membuka *website* yang akan melakukan donasi dalam bentuk infaq maupun shadaqah dari masing-masing individual.

## 5. Galeri

Dalam fitur ini berisikan mengenai foto-foto kegiatan dan foto kepedulian sesama dan foto orang-orang yang membutuhkan bantuan dari masyarakat wilayah Kabupaten Pati.

## 6. Kontak

Dalam fitur ini berisikan mengenai alamat dan informasi seputar Lazisnu Pati agar orang yang melihat dapat mengetahui letak dan kondisi kantor serta informasi seputar zakat, Infaq, shadaqah

### **d. Devisi Lazisnu**

Lazisnu Pati saat ini mengembangkan empat devisi yang membidangi dalam kehidupan demi pemerdayaan umat yang dibedakan atas dasar empat pilar diantaranya yaitu

#### 1. Pendidikan

Dalam hal ini Lasiznu Pati memiliki program Sekolah pesantren maju yang diberi nama (SPM), program ini memiliki tujuan untuk berkomitmen dalam menangani sekolah yang membutuhkan bantuan fasilitas yang memadai dan agar dapat layak huni, sebagian siswa yang memiliki potesi prestasi dalam bidang akademik maupun non akademik diberikan beasiswa, serta guru

transformative yang memiliki semangat dalam mengajar nantinya di beri kelayakan berupa uang jaminan kebutuhan karena memiliki jiwa kepemimpinan dalam mengajar secara sosial.

2. Kesehatan

Dalam hal ini Lasiznu Pati mengembangkan program berupa layanan kesehatan gratis (LKG), dengan cara berfokus pada bentuk bantuan dalam meningkatkan kesejahteraan berupa pemberian layanan pengobatan gratis kepada pihak masyarakat yang berada disekitar wilayah Pati, dalam hal ini oprasionalnya meliputi cabang Jawa Tengah dan di luar negeri.

3. Pengembangan ekonomi

Dalam hal ini Lasiznu Pati mengembangkan bentuk Ekonomi Mandiri Nu Care (EMN), berupa bantuan dana yang dapat digunakan sebagai usaha, sehingga bantuannya lebih bersifat produktif. Pemasaran serta peningkatan mutu dan pemberian modal kerja dalam bentuk dana bergulir kepada petani, nelayan, peternak dan pengusaha mikro.

4. Kebencanaan

Dalam hal ini Lasiznu Pati mengembangkan program berupa Siaga Bencana (SB), yang saat ini masih terus berjalan serta berfokus pada kepedulian sosial, memiliki kebaikan, tolong menolong serta perbedoon pada jiwa sosial yang tingi saat ada bencana yang terjadi.

**e. Struktur Lazisnu**

Didalam Lazisnu Pati terdapat beberapa struktur yang di kategorikan berdasarkan unsur jabatan dan struktur Managemen yang mengelola untuk kelengkapanya sebagai berikut :

No	Jabatan	Nama
1.	Penanggung Jawab	Rais Syuriah
2.	Ketua	Tanfidziyah
3.	Dewan Syariah Lazisnu	K.H Liwaudin
		KH. Dr Jamal Makmur Asamani
		KH. Mustofa, Sp.d

		KH. Faishol Muzammil
		KH. Umar Faruq
4.	Dewan Pakar	H. Ghufron Halim
		Dr. Ahmad Dimiyati , Sag, M. Ag
		H. Ahmad Farid Sutaman
5.	Ketua	M. Niam Sutaman Lc. LLM
6.	Wakil Ketua	Irham Sodiq
7.	Sekretaris I	Ahmad Khairun Niam
8.	Sekretaris II	Isrokh Fuaidi
9.	Bendahara I	Taufiqul Anam, SE
10.	Bendahara II	Juita Intifada
11.	Bendahara III	Ahmad Nashruddin
12.	Divisi Program	Abdullah Aniq
13.	Media Konten	Amiruloh S.E
14.	Devisi Pengumpulan	Moh. Burhan Abdurahim
15.	Devisi Penyaluran	Edi Kiswanto
16.	Devisi Pelayanan Umat SDM	M. Zamaksyari

No	Susunan Managemen	Nama
1.	Dewan Syariah Lazisnu	Kh. Liwaudin
		Kh. Dr. Jamal Makmur
		Kh. Mustofa, Spd.I
		Kh. Faisol Muzamil
		Kh. Saefurrohman
		Kh. Umar Faruq
2.	Dewan Pakar	H. Gifron Halim
		Dr. Ahmad Dimiyati
		H. Ahmad Farid
3.	Direktur Eksekutif	M. Niam Sutaman Lc, LLM



4.	Manager Keuangan	Taufiq Anam SE
5.	Manager Program	Abdullah Aniq
6.	Manager Pengumpulan	M.Burhan Abdurrohim
7.	Manager Penyaluran	Edi Kiswanto

#### 4. Tinjauan Umum *Website Nucarepati.online*.

*Website* merupakan situs yang dapat diakses oleh semua orang media sosial yang menggunakan akses internet untuk mencari informasi yang ada. Potensi *website* dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang melihat tampilan dan biasanya didalam *website* terdapat sebuah rubik yang terlebih dahulu telah *disetting* oleh pihak lembaga atau pemerintahan agar tampilan *website* semakin baik.

Umumnya *website* memiliki potensi yang cukup besar dari segi pemasaran dan tingkat promise jika digunakan untuk menampilkan informasi yang berada di dalam kegiatan untuk disebarluaskan. Pengunjung bisa mengetahui suatu informasi tanpa harus datang melihat secara langsung. Dengan adanya *website* informasi yang disajikan terasa lebih mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam mencari informasi yang diinginkan.

Untuk mengelola potensi pemasaran khususnya dalam meningkatkan pendermaan zakat, Lazisnu Pati memiliki sebuah *website* yang memiliki alamat sebagai berikut <https://nucarepati.online> Dalam tujuanya *website* tersebut di gunakan sebagai bentuk rebranding pintu masuk yang dapat dikelola secara lebih berkompeten untuk dapat mengenalkan Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Sedekah Nahdlatul Ulama yang telah berdiri sejak tahun 2004 melalui amanat muktamar yang ke 31 dan telah dikukuhkan oleh SK Menteri Agama No. 65/2005 untuk melakukan pemungutan Zakat, Infak, dan Sedekah kepada masyarakat luas.

*Website* tersebut berisikan informasi mengenai bentuk pencapaian dari program yang telah dilaksanakan oleh Lazisnu Pati. Sedangkan untuk wadahnya sendiri menggunakan basis Lazisnu Pusat yang menggunakan system dan perkumpulan Lembaga nirlaba yang memiliki kesejahteraan umat, dan

mengangkat harkat social dalam pendayagunaan dana zakat yang dapat di Kelola dengan cara yang produktif serta dengan tujuan untuk membantu sesama.

Dalam tahun 2021 ini Nu care telah memiliki jaringan pelayanan yang cukup menakjubkan hal ini dapat di buktikan dengan bentuk pelayanan jaringan dan pengelolaan dana zakat, infaq, Shadaqah yang terdapat di dalam 12 negara, 34 provinsi dan 376 kabupaten dan kota, serta setiap dari masing-masing kota tersebut menggunakan website untuk dapat membranding program yang terdapat diLasiznu pusat dengan menghasilkan system kepercayaan yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam pendayagunaan dana Zakat, Infaq Shadaqah sebagai bentuk meningkatkan system filantropi Islam di kalangan umat muslim yang dapat dilihat melalui system IT berbasis *Website*.

#### **5. Segmentasi Pembaca *Website Nuarepati.online*.**

Dengan kata lain *website* merupakan situs yang dapat diakses oleh semua orang media sosial yang menggunakan akses internet untuk mencari informasi yang ada . Potensi *website* dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang melihat tampilan dan biasanya di dalam website terdapat sebuah rubik yang terlebih dahulu telah di *setting* oleh pihak lembaga atau pemerintahan agar tampilan website semakin baik.

Umumnya *website* memiliki potensi yang cukup besar dari segi pemasaran dan tingkat promise jika digunakan untuk menampilkan informasi yang berada di dalam kegiatan untuk disebarluaskan. Pengunjung bisa mengetahui suatu informasi tanpa harus datang melihat secara langsung. Dengan adanya *website* informasi yang disajikan terasa lebih mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam mencari informasi yang diinginkan.

Untuk membaca di website Lazisnu Pati ini terdiri dari kalangan Remaja, orangtua dan pengguna media sosial untuk targetnya sendiri di dasarkan atas tiga kelompok

#### **2. Remaja**

Dari kalangan ini nantinya akan mengakibatkan pola pengasuhan yang menerapkan hidup sosial yang tinggi, menolong sesama, dan dapat membantu dengan sesama umat muslim lainnya.

### 3. Orang Tua

Dari kalangan ini di maksudkan agar peranan orang tua sangat berpengaruh terhadap perkembangan anak yang nantinya menjadi pendidik sejak awal anak di lahirkan. Segmentasi pembaca orang tua untuk mengingatkan bahwa dunia hanya sementara dan perbanyaklah sedekah.

### 4. Pengguna Media Sosial

Target dari pembaca ini dimaksudkan agar peranan kaum milenial dapat ikut berkontribusi didalam pemberdayaan zakat, menolong bersama dan memiliki jiwa kepedulian sosial yang tinggi, para pengguna media sosial nantinya akan berperan sebagai agen dalam menyebarkan informasi yang berada di website pati.

## **B. Bagian Produksi**

### **1. Produksi Naskah**

Dalam Produksi naskah melibatkan beberapa ranting dari kepengurusan yang terhubung dengan lingkup Nu di Pati. Pengorganisasian ini dilakukan dengan tujuan agar semakin tersistem biasanya untuk proses ini melibatkan dari anggota pimpinan cabang yang berada dipati untuk membuat tulisan yang sesuai dengan realitas kehidupan masyarakat di Pati yang membutuhkan pertolongan.

### **2. Proses Distribusi**

Dalam proses distribusi naskah Lazisnu mengirimkan setiap ranting yang berada didesa untuk tetap membuat tulisan dari tema yang telah di tentukan, kemudian dari setiap cabang ranting menyetorkan tulisan tersebut ke cabang pusat untuk diterbitkan berdasarkan tulisan yang telah dikerjakanya

### **3. Media Sosial**

Dalam hal ini media sosial berperan dalam menyebarluaskan tulisan yang berada di *website* untuk kembali dipublikasikan, melalui peranan para kaum milenial yang tergabung dalam lingkung IPNU dn IPPNU. Dalam menyebarkan informasi tersebut

biasanya remaja Nu tersebut dipandu dan diminta untuk menyebarkan agar kebaikan semakin berkembang di daerah Pati untuk golongan sesama manusia lainnya.

**C. Paparan Data Zakat, Infaq, Shadaqah di Masa Pandemi Covid-19 Periode 1 Januari -31 Desember 2020 Nu Care Lazisnu Kabupaten Pati.**

<b>No</b>	<b>Penerimaan Dana</b>	<b>Jumlah</b>
<b>1.</b>	<b>Januari</b>	
	Zakat	Rp.502.515.00
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>2.</b>	<b>Februari</b>	
	Zakat	Rp. 43.872.863.80
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>3.</b>	<b>Maret</b>	
	Zakat	Rp. 74.559.922.00
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>4.</b>	<b>April</b>	
	Zakat	Rp. 1.512.038.00
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>5.</b>	<b>Mei</b>	
	Zakat	Rp. 12.061.837.00
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>6.</b>	<b>Juni</b>	
	Zakat	Rp. 1.295.600.00
	Infaq	Rp. 3.207.644.061

	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>7.</b>	<b>Juli</b>	
	Zakat	Rp. 12.253.646.86
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>8.</b>	<b>Agustus</b>	
	Zakat	Rp. 2.004.071.00
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>9.</b>	<b>September</b>	
	Zakat	Rp. 972.807.00
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>10.</b>	<b>Oktober</b>	
	Zakat	Rp. 1.264.933.00
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>11.</b>	<b>November</b>	
	Zakat	Rp. 2.005.553.00
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061
<b>12.</b>	<b>Desember</b>	
	Zakat	Rp. 3.505.069.67
	Infaq	Rp. 3.207.644.061
	Shadaqah	Rp. 3.207.644.061

**D. Kondisi Penerimaan zakat, Infaq shadaqah di saat sebelum dan sesudah Pandemi Covid-19 di Lazisnu Pati.**

Covid 19 atau yang dikenal dengan *Corona virus Disease 19*, muncul karena adanya suatu virus baru yang trindikasi memiliki gejala, sesak nafas, demam tinggi, batuk

dan kurang terjaganya sistem kekebalan tubuh. Virus ini tercatat sudah menginfeksi setidaknya 4 juta dari total 213 negara yang terkontaminasi dan terinfeksi covid-19.

Menurut situs resmi *website* dari pemerintahan Indonesia mengenai informasi keberadaan Covid-19 covid.go.id. ditahun 2020 bulan maret persebaran covid-19 mulai merebak virusnya di beberapa kota di Indonesia seperti, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Denpasar, Sumatra Utara, Sumatra Barat, Makassar, Palembang, Riau dan seluruh kota yang ada di Indonesia. Jadi dapat disimpulkan bahwa pandemi Covid-19 merupakan suatu virus yang berkembang dan berasal dari negara Cina dan menyebar diberbagai negara yang menyebabkan kematian dalam jumlah skala yang besar.

Kawasan Pati merupakan daerah yang memiliki luas 1.504 km tersebut memiliki pendistribusian zakat, infaq, Shadaqah yang cukup baik terutama di masa pandemi Covid-19. Ketua Lazisnu Pati Bapak Niam menuturkan setidaknya berzakat di tengah pandemi tersebut dapat mengantarkan keberkahan diri terhadap sesama dan juga sebagai bentuk penolakan dari musibah dari marabahaya.

Hal ini sesuai dengan penuturan oleh Bapak Niam selaku ketua dari Lazisnu Pati yang di wawancara saat tanggal 20 Januari 2021

*“Mengalami peningkatan, tahun lalu lazisnu mengumpulkan hanya sekitar 400jt tahun ini sudah 3,9 milyar dan ini di pertengahan tahun sudah segitu dan kemungkinan bisa meningkat lagi. Karena mungkin pandemi membuat orang takut kena virus terus meninggal sehingga dia ngerasa belum punya uang belum punya bekal makannya dia cepet-cepet sedekah dan karena juga ada tanggapan di masyarakat kalau sedekah itu menolak bala menolak penyakit dan ini juga mendorong masyarakat untuk bersedekah”*

Hal ini juga di buktikan dengan perolehan zakat, infaq, shadaqah, yang terus bertambah disetiap bulan sejak pandemi covid-19, hal ini dibuktikan dengan perolehan data yang menaik tajam dan signifikan yang diperoleh di tahun 2020. Hal ini lantaran ada data yang mengatakan bahwa untuk perolehan zakat, infaq, Shadaqah yang diperoleh tersebut digunakan sebagai bekal amal jariyah yang dapat membawa untuk kemudahan dalam melakukan suatu kegiatan apapun yang berkaitan dengan kemanusiaan.

Sedangkan untuk zakat, Infaq, shadaqah saat sebelum adanya pandemi masih terbatas dan masyarakat tergolong enggan untuk berzakat. Oleh karena itu perlu pertimbangan khusus dari masing-masing masyarakat yang dirasa kurang dalam memahami arti mendermakan sebagian hartanya. Sedangkan branding nasional yang dilakukan lebih memiliki dan mempunyai fanatisme.

Hal ini sesuai dengan ungkapan dari pengurus Lazisnu Pati Bapak Niam yang menyatakan.

*“Seperti yang di sampaikan bahwa sedekah itu bisa menolak bala ,menolah berbagai musibah maka kita dorong masyarakat untuk berzakat. Maka untuk sekarang ini masrakat lebih berbondong-bondong dalam melakukan kebaikan. Meski saya paham hal tersebut dapat menolak bala tetapi sejatinya dan seharusnya masyarakat dapat melakukan kebaikan tanpa di masa pandemic saja”*

Dalam hal ini juga terdapat beberapa cara yang dilakukan *website* Lazisnu Pati dalam menjadikan semuanya lebih efektif diantaranya melalui bentuk saluran pemanfaatan yang stategis yang dilakukan berdasarkan proses yang ada

#### **E. Gambaran Umum Kesadaran Berzakat, Infaq, dan Shadaqah di Wilayah Kabupaten Pati.**

Dalam konteks setelah dilakukanya penelitian, berdasarkan realitas yang ada, konsep atas dasar realitas di wilayah Pati yang ada diantaranya yaitu: dalam hal ini Kabupaten Pati dalam hal berzakat, infaq dan shadaqah telah banyak menerapkan sisi kemanusiaan yang cukup tinggi hal ini didasarkan pada data laporan kinerja tahunan Nu Care Lazisnu Kabupaten Pati periode 1 januari 2020- 31 Desember 2020 untuk data secara keseluruhan sebesar Rp. 3.857. 499.390 yang di peroleh dari rincian data zakat sebanyak Rp. 649.855.329 dan dana infaq dan Shadaqah sebanyak Rp. 3.207.644.061. Dana tersebut tercatat berasal dari 170 donator langsung dan tidak kurang 15.000 donatur melalui koin Nu.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Ketua Lazisnu Pati dalam *Website* Nu Care-Lazisnu Pati saat diwawancarai.

*“Selama tahun 2020, Nu Care-Lazisnu Pati selalu melakukan penataan manajemen dalam penguatan jaringan baik melalui media sosial maupun interaksi secara langsung. Di tahun 2020 ini setidaknya ada 285 kantor pelayanan, baik tingkat desa maupun tahap kecamatan. Dana tersebut berasal dari 20 Lazisnu diseluruh Kecamatan Pati”.*

Membahas mengenai Zakat merupakan rukun Islam yang merupakan pilar dari berdirinya bangunan Islam dan hukumnya wajib sedangkan shadaqah dan infaq bersifat Sunah dan sangat dianjurkan oleh Rasullullah, perintah zakat telah ditetapkan dibulan 76 Syawal saat Nabi Muhamad Saw melakukan hijrah yang kedua dan menjadi kewajiban saat puasa Ramadhan adalah zakat fitrah.

Di Kabupaten Pati pemahaman mengenai Islam pada umumnya masih banyak yang belum banyak mamahami konsep dari berzakat, Infaq, Shadaqah secara utuh, bahkan untuk masalah hitungan berzakat di wilayah Pati masih dalam konteks yang sangat memerihatinkan dan sering menduga-duga saja, hal tersebut tentu menjadi persoalan yang wajib diluruskan oleh pihak pengurus pengumpulan zakat, infaq, Shadaqoh terutama dalam *website Nu Care Pati* yang harus mengedukasi dalam memberikan informasi seputar zakat agar nantinya berjalan produktif. Jika dana zakat, infaq, shadaqoh, dapat dimanfaatkan dengan baik tentu akan memberikan keseimbangan, keadilan pada wilayah ekonomi Kabupaten Pati khususnya pada wilayah umat Islam yang miskin.

Pernyataan ini sejalan dengan Hasil wawancara dengan Ketua Nu Care Pati Bapak M. Niam tentang pemahaman masyarakat tentang zakat di Kabupaten Pati:

*“Memang benar adanya, masyakrat Pati belum mengetahui jumlah nisab dan haulnya, bahkan ada pula yang melakukan pembayaran zakat yang didamakan atas dasar Infaq dan Shadaqah yang ada semua itu karena bentuk kebiasaa dan adat. Sebagai contohnya zakat bentuk kekayaan disamakan dengan infaq dan shadaqkoh tentu hal ini sangat berbeda. Mereka beranggapan infaq maupun shadaqah dapat menggugurkan kewajiban berzakat. Tentu pemahaman ini harus diluruskan”*



Tingkat kesadaran untuk berzakat, infaq dan bershadaqah di wilayah Pati masih cukup rendah, jika ditotalkan pada data buku laporan kinerja tahunan untuk saat ini donatur yang menyumbang hanya sekitar 170 orang saja, padahal jika bisa dimaksimalkan dan dikembangkan kembali jumlah orang yang menjadi donator haruslah dapat diperbanyak. Karena untuk dana Zis tersebut akan disalurkan pada program-program yang ada terutama dalam sektor pendidikan, kesehatan, kebencanaan dan ekonomi

**BAB IV**  
**ANALISIS PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PADA WEBSITE**  
**LAZISNU PATI DALAM MENARIK MASYARAKAT UNTUK BERZAKAT**  
**PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**A. Hasil Penelitian**

- a. Strategi Komunikasi *Website* Lazisnu Pati Dalam Menarik Masyarakat Untuk Berzakat Pada Masa Pandemi Covid-19

- a. *Credibility*

Dalam proses Lazisnu Kabupaten Pati menggunakan bentuk strategi dengan cara menguasai teknik citra diri. Dalam hal ini Lazisnu pati bekerjasama dan mengandeng beberapa kyai yang berada di bawah naungan Nahdatul Ulama kawasan setempat, yang kemudian melakukan bentuk nasehat atau ceramah kepada para masyarakat Pati yang berada dilingkup Nahdiyin untuk diedukasi mengenai pengelolaan dana zakat, Infaq, Shadaqah. Strategi ini terbukti cukup ampuh karena dalam penyampaian informasi yang dilakukan menggunakan bentuk komunikasi terarah dan *feedback* diantara jamaah dan kyai.

Hal ini Tentu sesuai pemaparan dan penjelasan dari Ketua pengelola Lasiznu Pati Bapak Niam saat di wawancarai seputar bentuk kerjasama untuk mengembangkan Lazisnu Pati terutama dalam pengelolaan dananya.

*“Kerjasama tersebut banyak terjadi dari lembaga dan perusahaan berbasis Islami dan Syariah dalam pemberdayaan zakatnya di bantu*

*dengan pihak Bank-Bank syariah dan perusahaan-perusahaan, Lazisnu Pati juga menggandeng dan bekerjasama dengan beberapa kyai ternama untuk diajak kerja sama dalam hal ini lah yang menimbulkan relasi yang cukup kuat”*

*b. Capabiity*

Dalam proses pengumpulan dana zakat Lazisnu Kabupaten Pati menggunakan bentuk strategi dengan cara metode kecakapan berbicara, kemampuan menggunakan akal untuk memahami kondisi, serta dapat mengorganisasikan perhimpunan lembaga untuk dijadikan sebagai alat komunikasi, dalam mempertahankan pikiran serta pendapat dan mampu memberikan kecakapan dalam bertindak dan berperilaku. Strategi ini di gunakan karena mengingat pengurus Lasiznu Pati banyak yang berasal dari lulusan Al-Azhar mereka memiliki ilmu yang mumpuni dalam hal agama, terutama dalam kecakapan berbicara yang memang sangat masuk akal dan menggunakan strategi yang memahami bentuk kondisi lingkungan yang ada.

Hal ini tentu sesuai pemaparan dan penjelasan dari Ketua pengelola Lasiznu Pati Bapak Niam saat diwawancarai seputar bentuk strategi yang dapat dalam menarik masyarakat dalam berzakat.

*“Sebagai contohnya konsep bentukan strategi ini sesuai realitas yang ada yang saat ini terjadi di masa pandemic covid-19. Zakat dapat mensucikan diri di kehidupan yang ada. Serta Infaq dan Shadaqah yang dilakukan tersebut dapat pula dijadikan sebagai tameng dalam menolak bala bencana dari masing-masing individu setiap muslim. Saya rasa hal tersebut bentuk strategi yang ampuh dan untuk mendorong masyarakat dalam melakukan dan mengelola zakat agar dapat diberikan kepada pihak yang membutuhkan.”*

*c. Clarity*

Dalam proses pengumpulan dana zakat Lazisnu Kabupaten Pati menggunakan bentuk strategi keterampilan dan kejelasan dalam

mendeskripsikan penguasaan teknik melalui bentuk penyampaian yang dilakukan. Penguasaan teknik komunikasi ini dilakukan oleh pengurus Lasiznu Pati dalam mensosialisasikan program-program yang ada untuk kembali direalisasikan agar dapat berguna untuk sesama muslim lainnya. Teknik komunikasi tersebut disinggung langsung oleh ketua Lazisnu Pati yang memiliki wewenang dalam menjalankan program.

Hal ini tentu sesuai pemaparan dan penjelasan dari Ketua pengelola Lasiznu Pati Bapak Niam saat di wawancarai seputar bentuk strategi pengumpulan zakat dalam pemrograman saat covid-19.

*“Banyak sekali programnya sehingga harus diberlakukan bentuk strategi khusus Programnya seperti menyantuni orang, membantu orang yang terkena musibah, menyantuni orang sakit, kalau di masa pandemi membantu orang yang terkena covid-19 kita kasih dana atau obat supaya mereka dalam melakukan isolasi bisa nyaman dan terasa di perhatikan”*

#### *d. Sympathy*

Dalam proses pengumpulan dana zakat Lazisnu Kabupaten Pati menggunakan bentuk strategi penekanan sympathy dengan cara memahami segala bentuk situasi dan kondisi yang ada serta dengan mudah memahami karakter seseorang sebelum melanjutkan pada bagian strategi komunikasi. Dalam hal ini Lasiznu Pati menggunakan sistem perhatian khusus yang melibatkan pihak masyarakat Lazisnu Pati untuk memberikan seputar informasi tentang realitas kehidupan yang ada. Untuk pengelolaan zakat produktif saat ini masih belum produktif di kabupaten Pati, padahal seharusnya zakat dapat dikelola dengan cara yang produktif agar nantinya dapat memberikan kesejahteraan dalam masyarakat.

Hal ini tentu sesuai pemaparan dan penjelasan dari Ketua pengelola Lasiznu Pati Bapak Niam saat diwawancarai seputar bentuk

bagian zakat produktif dan nonproduktif melihat dengan realitas dan kondisi yang ada.

*“Di seluruh Pati, belum produktif masih minim mungkin masih 75% non produktif dan 25% produktif itu yang kita berikan dalam bentuk pemberian grobak, modal grobak untuk jualan itu yang biasanya kita berikan yang produktif. Tapi untuk saat ini zakat tersebut masih diberikan dalam bentuk zakat non produktif karena mengingat banyak sekali masyarakat yang membutuhkan santunan dan dalam hal tersebut pihak pengurus biasanya berempati dan segera memberikan dana ZIS yang terkumpul.”*

e. *Enthusiasity*

Dalam proses pengumpulan dana zakat Lazisnu Kabupaten Pati menggunakan bentuk strategi yang cenderung lebih menghargai dan antusias terhadap kondisi lingkungan sebelum menentukan sasaran yang akan dituju. Sebagai contohnya dalam melakukan penggalangan dana yang dilakukan Lasiznu Pati tidak pernah dilakukan secara paksaan namun didasarkan atas rasa ikhlas dan rasa ingin berbagi bersama terhadap sesama manusia,

Hal ini tentu sesuai dengan bentuk pemikiran yang ada yang disampaikan oleh ketua Lazisnu Pati Bapak Niam, pemaparan dan penjelasan dari Ketua pengelola Lasiznu Pati Bapak Niam saat diwawancarai seputar bentuk bagian zakat produktif dan nonproduktif melihat dengan realitas dan kondisi yang ada.

*“kita mempunyai 4 pilar yaitu pilar kesehatan, pendidikan, bencana dan ekonomi jadi 4 pilar yang kita lakukan berdasarkan wawancara seputar empat pilar yang diterapkan oleh Lazisnu Pati dalam meningkatkan antusias dalam berzakat”.*

Jadi dapat disimpulkan strategi yang diterapkan oleh Lasiznu Pati ini menekankan pada aspek secara keseluruhan yang berkaitan dengan kondisi yang sedang terjadi dimasa pandemi Covid-19 namun diimbangi dengan penyusunan rencana agar tercapai sasaran yang efektif

Dalam hal ini, *website* Lazisnu Pati juga menggunakan model dari website seperti

a. Nama Domain

Biasanya disebut dengan URL yang digunakan sebagai alat untuk memasukan alamat internet yang mengidentifikasi sebuah website. Biasanya hal itu disebut dengan domain name atau alamat dalam website. Dalam *website Lazisnu* Pati menggunakan sistem domain <https://nucaree.pati>

b. Rumah Tempat Website

Dapat disebut sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat dapat digunakan untuk menyimpan berbagai data, file gambar yang memang haruskan bagaimana cara menampilkan bentuk tampilan dari website. Besar data yang diperoleh biasanya dimasukan dan ditampilkan semakin besar. biasanya lamanya penyewaan tersebut bergantung dengan rata-rata hitung pertahun.

Dalam hal ini *website Lazisnu* pati menggunakan sistem penyimpanan yang didasarkan berdasarkan tahun dan teknologi yang ada, agar dapat di lihat berdasarkan sistem periode yang sesuai dengan tahun periode yang ada.

c. Bahasa Program

Dapat di gunakan sebagai sarana dalam menterjemahkan setiap bahasa dan perintah yang ada didalamnya, pada saat yang bersamaan dapat pula dijadikan sebagai pusat pencarian informasi yang menggunakan sistem rumus yang dinamis dan interaktif serta akan terlihat bagus.

d. Design Website

Design tersebut biasanya di gunakan sebagai bahasa dalam pemrograman yang pada saatnya akan dilakukan dengan fungsi dan tujuan yang sama. Umumnya design gambar tersebut menampilkan

kualtas dari keindahan sebuah website dan berperan sebagai pusat pengendalian arus yang menarik jumlah pengguna dan pembaca. Sehingga dapat berjalan efektif.

Dalam hal ini Website Lasiznu Pati menggunakan sistem website yang memiliki design berbasis islami karena di dasarkan pada pusat pengelolaan yang menuntun pada tahap dan tindakan yang islami.

e. Publikasi Website

Melakukan bentuk penyewaan yang dapat berpotensi sebagai informasi dalam website yang digunakan sebagai sarana dalam pembublikasian pamlet-pamlet. Sebelaran, biasanya publikasi yang dilakukan sangat terbatas dan sangat lama untuk membukanya tujuanya agar mudah diakses.

Website lazisnu pati menggunakan sistem publikasi yang relevan dan didasarkan dengan jumlah pengguna, karena dalam hal ini setiap tulisan yang di terbitkan melalui website harus melalui tahapan editor dan menggunakan sistem yang terpercaya yang berhubungan dengan masalah publikasi.

f. Pemelihara Website

Untuk pemeliharaan website ini menggunakan sistem jaringan yang digunakan menggunakan sistem yang otomatis biasanya berupa secara otomatis yang digunakan menggunakan sistem yang terjamin dan terbaik melalui layanan jaringan yang memadai dan terstruktur. Dalam hal ini *website* Lazisnu Pati menggunakan pemeliharaan *website* menggunakan sistem yang terjaga dan baik karena menggunakan jaringan ios yang sudah dilakukan serifikasi dan verifikasi melalui layanan google.

**b. Bentuk Strategi Komunikasi website yang dilakukan oleh Lazisnu Pati**

Bentuk Strategi yang dilakukan oleh lembaga Lasiznu Pati selain melalui *Website* juga menggunakan teknik kelembagaan yang sudah terorganisir. Dalam hal ini didasarkan pada teori dimana Lasiznu Pati tersebut

menggunakan bentuk strategi yang di kelola menjadi empat bagian diantara yaitu:

1. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi)

Lazisnu Pati tersebut menggunakan teknik pengorganisasian yang mengedepankan aspek susunan organisasi yang dinamis dan terpusat. Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan sifat-inisiatif strategi. Dalam hal ini Lazisnu Pati tersebut terbagi beberapa cabang ranting di tiap desa yang nantinya terpusat di Lazisnu Pati. Saat ini Lazisnu Pati terdapat setidaknya sebanyak 276 upzis dan data distributor koin.

Semanya terstruktur dan terdapat ketua di setiap cabang kordinator yang membaginya melalui stor dana dan koin terhadap para jamaah yang datang. Lalu dengan memperkenalkan *website* guna untuk mendonasikan zakat, Infaq, shadaqah tersebut. Hal ini sesuai pernyataan Ketua pengelola *website* di Lasiznu Pati

*“ Kami tidak menggunakan website saja, tetapi lebih dari itu untuk personal branding yang digunakan lebih menggunakan website, tetapi juga menggunakan media sosial seperti facebook yang sifatnya lebih dinamis, serta menerapkan bentuk stragei program melalui penyebaran pesan melalui grup besar Nahdathul Ulama untuk mengaktifkan kembali website agar seseorang mudah tersentuh.*

2. *Program Strategy* (Strategi Program)

Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari program tertentu. Di dalam *website* Lazisnu Pati tersebut disebutkan bahwa terdapat beberapa program yang mengedepankan aspek sosial dan bentuk kedermwanaan. Melalui bidang pendidikan, dalam hal ini Lasiznu Pati memiliki program Sekolah pesantren maju yang diberinama (SPM), program ini memiliki tujuan untuk berkomitmen dalam menangani sekolah yang membutuhkan bantuan fasilitas yang memadai dan agar dapat layak huni, sebagian siswa yang memiliki potensi



prestasi dalam bidang akademik maupun non akademik diberikan beasiswa, serta guru transformative yang memiliki semangat dalam mengajar nantinya diberi kelayakan berupa uang jaminan kebutuhan karena memiliki jiwa kepemimpinan dalam mengajar secara sosial.

Kemudian terdapat pula program kesehatan, dalam hal ini Lasiznu Pati mengembangkan program berupa layanan kesehatan gratis (LKG), dengan cara berfokus pada bentuk bantuan dalam meningkatkan kesejahteraan berupa pemberian layanan pengobatan gratis kepada pihak masyarakat yang berada disekitar wilayah Pati, dalam hal ini oprasionalnya meliputi cabang Jawa Tengah dan di luar negeri.

Kemudian terdapat pula pengembangan dalam bidan ekonomi. dalam hal ini Lasiznu Pati mengembangkan bentuk Ekonomi Mandiri Nu Care (EMN), berupa bantuan dana yang dapat digunakan sebagai usaha, sehingga bantuanya lebih bersifat produktif. Pemasaran serta peningkatan mutu dan pemberian modal kerja dalam bentuk dana bergulir kepada petani, nelayan, peternak dan pengusaha mikro.

Untuk yang terakhir yaitu mengenai kebencanaan dalam hal ini Lasiznu Pati mengembangkan program berupa Siaga Bencana (SB), yang saat ini masih terus berjalan serta berfokus pada kepedulian sosial, memiliki kebaikan, tolong menolong serta perbedoan pada jiwa sosial yang tingi saat ada bencana yang terjadi. Hal ini sesuai dengan pernyataan dan wawancara ketua Nu care Muhamad Niam Sutaman.

*“Keseluruhan program tersebut didasarkan pada bidang sektor pendidikan, kesehatan, kebencanaan dan ekonomi. Semua dana dialokasikan untuk ke 4 program tersebut dan tetap menggunakan website sebagai bentuk informasi agar dapat memberikan kabar mengenai bantuan yang harus dibutuhkan oleh pihak masyarkat. Contohnya seperti program gerobak Wirausaha atau warung Nusantara ketika ada bencana alam.*

### 3. *Recourse Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya)

Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya. Dalam hal ini Lazisnu Pati tersebut menggunakan bentuk strategi pendukung lainnya menggunakan inovasi dari *Website* yang tujuannya untuk mengkomunikasikan bentuk informasi yang seharusnya terpublish diranah masyarakat. Untuk memanusiakan manusia,

Lazisnu Pati saat ini menggunakan *website* tersebut sebagai arus arah informatif yang digunakan sebagai pendukung yang menerapkan teknologi masa kini. Dalam *website* tersebut digunakan sebagai bagian dari pemanfaatan sumber untuk tujuan kepada masyarakat.

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Bapak Niam yang menginformasikan bahwa.

*“Website digunakan hanya sebagai alat untuk memberikan pelayanan yang tujuannya agar dapat mempermudah untuk pelayanan orang mau berzakat, dan menerima zakat tersentuh”*

### 4. *Institutional strategy* (Strategi Kelembagaan)

Fokus dari strategi institusional ini ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategik. tipe-tipe strategi yang telah dipaparkan, menunjukkan bahwa pendukung sumber daya manusia yang dapat dilakukan dengan menggunakan, memperhatikan dan meningkatkan kualitas kinerja organisasi atau perusahaan. Lazisnu Pati ini memanfaatkan sumber daya manusia yang terhubung melalui organisasi cabang Nahdhotul Ulama dan komunitas warga Nahdiyin untuk aktif membantu dan saling bergotong royong dalam masalah sosial.

Sehingga saat ini bentuk relasi atau hubungan masih terjalin diantara sesama cabang ranting melalui kordinator pusat yang sifatnya terarah. Hal ini sesuai penuturan dari Bapak Niam Sutarman selaku Ketua Lazisnu Pati.

*”Saat ini banyak sekali yang melakukan donasi melalui koint Nu Carre yang informasi di dapatkan melalui website yang sudah terlebih dahulu di tuliskan, kemudian informasi tersebut di paparkan melalui komunitas sehingga untuk hal ini Lasiznu sangat memanfaatkan Sumber Daya Manusia yang sifatnya terarah dan terorganisasi sehingga untuk bentuk komunikasi yang dilakukan sangat baik dan jarang mengalami mis komunikasi” .*

**c. Hasil Analisis Strategi komunikasi Pada Website Lazisnu Pati Dalam Menarik Masyarakat Untuk Berzakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Lazisnu Pati**

1. Mengenai Sasaran Komunikasi

Belajar dari segala sesuatu yang menjadi arahan sebelum melakukan tahap komunikasi. Serta mengerti dengan betul manfaat dari tujuan informasi yang diberikan.

Dalam *Website* di Lazisnu Pati mengenai sasaran dalam komunikasi tersebut terdapat dalam kolom news dimana cakupan dari pemberitaan yang disajikan tersebut untuk sasaran komunikasi yang dilakukan yaitu melingkupi masyarakat Jawa tengah terutama wilayah Pati. Dalam *Website* tersebut menjelaskan bentuk tulisan yang menyentuh pembaca untuk dapat kembali mengingatkan untuk berzakat, infaq dan shadaqah dengan tujuan untuk kemanusiaan. Untuk sasaran Komunikasi yang dilakukan tersebut sangat heterogen tetapi untuk mayoritas pembaca dari *website Pati* merupakan masyarakat Jawa Tengah. Bukti tulisan dalam kolom news dalam *website* tersebut yang mengenai sasaran.

*Website Nu Care* tersebut merupakan satu-satunya sarana komunikasi penyebaran pesan yang dilakukan Lazisnu Pati untuk digunakan sebagai bentuk inovasi melalui beberapa cabang yang ada, Inovasi tersebut bertujuan untuk menunjang kemampuan berzakat, infaq dan shadaqah, Dalam hal ini *website* tersebut digunakan sebagai bentuk

program aktualisasi yang telah dilakukan dan dikerjakan dengan tujuan untuk sebagai pemberian pesan dakwah. Biasanya dalam *website* tersebut ditulis oleh tokoh agama dari naungan Nahdatul Ulama yang berada dimasing masing cabang desa. Isi dari informasinya biasanya ini bertujuan untuk menyampaikan sesuatu hal yang bersifat aktual, fakta dengan memberikan makna pesan yang secara tersirat.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara oleh selaku admin dari *Website Lasiznu Pati* ketika diwawacarai

*“Dalam Hal ini Website tersebut di gunakan sebagai bentuk kampanye untuk membantu orang, tidak ada unsur paksaan sama sekali, namun dalam konteks ini kita dibimbing untuk senantiasa bersyukur dan setidaknya bisa menyisihkan sedikit rezeki untuk mendorong orang untuk berzakat. Contohnya, Jika ada orang yang sakit dan tidak mampu, pasti kita tolong, jadi tidak mengarah ke bentuk indotrinasi yang sudah produktif. Untuk masalah zakat infaq lebih kepada pelayananalam orang- orang berzakat bukan kepada intinya siapapun yang membutuhkan bantuan pasti akan dibantu.*

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan bahwa sasaran komunikasi tersebut terdapat pesan yang harus diaktualisasikan melalui isi dari informasi yang telah diberikan, tidak terdapat unsur memecah belah, bahkan menjatuhkan satu dengan lainnya, dan berharap agar nantinya dapat menjadikan solusi kepada pihak yang membutuhkan bantuan dan uluran tangan dari masyarakat lainya. Jadi dalam konteks ini sasaran komunikasi dalam *website* tersebut juga memberikan solusi berupa memberikan kesejukan pesan dakwah dan tidak memecahbelahkan kelompok tertentu yang menimbulkan perpecahan agama karena Lazisnu sistemnya mempunyai tujuan dakwah untuk ke arah yang lebih baik lagi untuk bagi pembaca.

## 2. Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan Media Komunikasi lebih mengarah kesasaran media komunikasi, perlu mempelajari sasaran dari komunikasi yang disampaikan serta lebih tahu tindakan apa yang akan digunakan. *Website* dalam strategi lebih mengedepankan media komunikasi dalam teknik menyusun pesan. Pesan yang disampaikan harus benar benar aktual karena dalam *website* tersebut merupakan media komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga terpusat yang digunakan untuk menginformasikan pesan dan nilai dalam berzakat oleh tokoh terkemuka yang berada didalam Lazisnu Pati dan tidak diragukan kapabilitas keilmuan agama Islam nya maka akan menjadi sorotan tersendiri melalui isi kontenyang ada di *website* Pati tersebut.

Seperti dalam wawancara dengan bapak Niam sebagai Ketua Lazisnu Pati Jawa Tengah

*“Kalau lazisnu pati itu kita basisnya didibawah, kan ada tingkatannya dipusat, wilayah, cabang bawahnya kecamatan. Hal tersebut dapat memberikan bentuk kebijakan- kebijakan dari pusat sehingga untuk donasinya bisa disalurkan antar wilayah, kalau bagian kerjanya itu lebih di tekannya di bagian ranting bagian desa lebih. Untuk media komunikasi yang digunakan lebih mengarah ke grup Whats App dan dan untuk website biasanya digunakan sebagai puncak untuk orang-orang yang memang membutuhkan donasi dan tidak terdapat biaya.*

Dalam kontek ini bukti bahwa Lazisnu Pati menggunakan pemilihan media komunikasi yang efektif yaitu dengan memberikan sebuah informasi yang berada di *Website* kepada orang-orang yang membutuhkan hal ini di buktikan dengan penggalan tulisan di *website* dengan menggunakan teknik features

*“Arya merupakan salah seorang siswa yang masih duduk di bangku kelas 3 SD Tambah agung 03, ia sering diasuh oleh*

*neneknya. Arya merupakan anak yang aktif disekolah, namun hal tersebut menjadi berubah lantaran dirinya terkena kanker ganas yang berada diperutnya dan harus melakukan operasi, sehingga memelikan biaya yang sangat besar. Saat ini Arya memerlukan uluran tangan untuk biaya operasinya. Untuk bantuan infaq dan shadaqah dapat melalui Nu Care-Lazisnu Pati dan bisa mengkonfirmasi melalui Whast App”*

Dalam teknik features yang telah ditulis tersebut pengelola dan penulis *website* sangat memperhatikan dalam menyusun pesan serta mediak komunikasi yang mereka gunakan tidak terdapat unsur pelanggaran SARA / provokasi dan mematuhi kode etik jurnalistik dan teknik persuasive untuk mengajak berbagi bersama. Hal ini tentu sesuai dengan visi misi dari Lazisnu Pati tersebut yaitu memperdayakan umat dan menolong sesama.

Bentuk media lain yang digunakan oleh pihak Lazisnu Pati juga menggunakan media sosial berupa Facebook dan instagram, keduanya digunakan sebagai sarana dalam menyebarkan informasi mengenai pemberdayaan zakat secara produktif yang dilakukan oleh Lazisnu Pati dalam kurun waktu satu tahun. kegiatan tersebut terbagi menjadi empat bidang yang digunakan dan dikelola melalui pelayanan manajemen yang sudah tersertifikasi.

*“Biasanya kita ingatkan terus dengan dikirim sms ,postingan yang menyentuh hati kepada pada pihak donator dan pembaca, bahkan kadang suka meminta pertolongan kepada para pihak tokoh agama para penceramah orang NU untuk menyiarkan inforasi yang dirasa penting untuk di sampaikan kepada para jamaahnya, bentuk pelayanan yangdigunakan juga mengambil dari media sosial yang di kelola seperti facebook dan instagram. Lazisnu juga menggunakan media sosial tersebut sebagai bentuk pelayanan yang informative dan berbasis teknologi agar tidak*

*menjadi penghalang dalam melakukan kebaikan di masa pandemi”*

### 3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Untuk mencapai tujuan sasaran komunikasi maka pesan yang disampaikan harus dapat menentukan teknik yang harus diambil, seperti teknik persuasif, jangan menggunakan kata konotatif. Dalam hal ini Lazisnu Pati tersebut menggunakan *website* tersebut sebagai sarana sosialisasi dalam mengembangkan program yang telah ditujukan untuk dikelola dan disebarluaskan. Teknik features dan persuasif yang digunakan tersebut didasarkan atas masyarakat tertarik dalam membaca dan merasa iba serta mendapatkan informasi yang fakta dan aktual atas apa yang sudah mereka donasikan melalui perantara Lazisnu Pati

Bukti bahwa Lazisnu Pati tersebut menerapkan teknik persuasif didalam tujuan pesan komunikasi yang dilakukan adalah

*“Sudah sebulan Kuntoro terbaring menahan sakit ditubuhnya, tangan dan kakinya terluka cukup parah, ia terkena sengatan listrik dan harus menjalani pengobatan dan melakukan operasi untuk kesembuhannya. Ia merupakan salah seorang buruh yang saat ini berusia 20 tahun bekerja sebagai pemasang tenda hajatan. Mari sahabat peduli salurkan donasi anda untuk membantu biaya operasi dan proses kesembuhannya untuk dapat menyembuhkan. Sisihkan rezeki yang kita miliki untuk membantu sesama agar dapat menjadi manusia yang bermanfaat untuk orang lain”*

Dalam tulisan tersebut menggunakan kondisi realitas yang dialami oleh Kuntoro selaku korban yang tengah mengalami sakit. Hal ini dapat dimaknai sebagai bentuk penggambaran karakteristik seseorang yang sedang memerlukan bantuan, dan dapat dimaknai sebagai bentuk ungkapan berbela sungkawa terhadap kondisi yang menimpa Kuntoro, dan pihak masyarakat yang membaca dituntut untuk tetap kembali bersyukur atas kesehatan yang telah dimiliki agar dapat menerima keadaan dalam

bentuk apapun dan selalu bisa lebih menerima keadaan diri sendiri dengan lebih mendekatkan diri kepada sang maha pemberi yaitu Allah SWT.

Pesan persuasif diatas mampu mempengaruhi masyarakat untuk selalu bersyukur atas apa yang dimiliki setiap individu dan dan selalu ikhlas terhadap memberikan donasi berupa bantuan dalam hal apapun untuk menuju kebaikan yang sesungguhnya, Seperti inilah pesan persuasif di dalam *website* Lazisnu Pati.

#### 4. Peranan Komunikator dalam komunikasi

Daya tarik menjadi faktor enting dalam melancarkan aksi strategi komunikasi, kredibilitas sumber, serta dapat mengubah pola perilaku komunikasi melalui mekanisme teknik persuasif.

Salah satu strategi komunikasi dalam *Website Pati* adalah dapat menarik perhatian dan pengikut para ulama untuk membaca dan memperhatikan yaitu dengan cara menjalin kerjasama dengan *stakeholder* yaitu lembaga Zakat yang berada di kawasan Pati dan komunitas Warga Nahdyyin Nahdatul Ulama dan juga dalam *website* tersebut dijelaskan para tokoh agama yang terkemuka dalam pengelolaan zakatnya. Di dalam *website* ini memiliki peran dengan menyampaikan dakwah dalam bentuk tulisan atau nasehat, di dalam Al-Qur'an hal ini dinamakan sebagai metode dakwah *Bil Qalam*, yang digunakan sebagai teknik pencarian menggunakan metode komunikasi dakwah yang dirasa mampu mengatasi kelemahan cara berdakwah yang dilakukan secara lisan. Biasanya unuk metode ini digunakan untuk memberikan kesempatan bagi para mad'u untuk bisa menentukan tujuan dan pesan yang akan di capai dari adanya informasi yang ingin disampaikan dari cara dakwah yang berguna untuk kepentingan dalam tujuan komunikasi dakwah yang efektif dan efisien.

*“Disini kami Menjaln kerjasama dengan stakeholder dan lembaga yang credible atau terpercaya yaitu para Komunitas Warga Nahdotul Ulama dan lembaga Zakat yang berada di Desa untuk di beri arahan dan biasanya untuk masalah*



*pengorganisasian tersebut dilakukan oleh ketua kordinator cabang, tempat dimana bentuk strategi tersebut dapat menarik perhatian dan pengikut para ulama untuk membaca dan memperhatikan Website Lazisnu Pati Nu Care”.*

Hal ini dikuatkan oleh bapak Niam dalam wawancara pada hari selasa, tanggal 20 April Januari 2021 pukul 13:34 WIB.

*“Jadi begini, yang dapat diambil dari pola pengembangan website ini adalah satu-satu bentuk sarana arus media yang ada di Pati jadi untuk cabang tidak terdapat website ini hanya da diPati Saja bagian Pusat, dan untuk pengelolaanya melalui kami, sedang untuk penulisanya melalui ranting cabang kordinator yanag masing-masing orang sudah di tunjuk sebagai ketua untuk mengelola program yang ada di pusat kemudian ditindak lajuti oleh program yang berada dimasing-masing cabang . Tokoh agama yang menyebarkan informasi juga biasanya dari Kalanga terpercaya sesama warga Nahdatul Ulama sehingga apabila da masyarkat yang membutuhkan bantuan pihak kiyai juga turut memberikan pesan kepada pihak jamaahnya untuk membantu pihak yang sedang membutuhkan bantuan. Menariknya Website ini juga menggunakan metode dakwah secara Bil Lisan da nil Qalam yang diterapkan dan digunakan oleh seluruh majelis taklim”.*

Hal ini dapat dibuktikan pada tulisan dalam *website* dengan judul “Kemertian Agama Jawa Tengah Visitasi Nu-Care Lazisnu Pati

*Jumat, 28 Agustus 2020 Tim dari bidang penerangan Agama Islam dan Pemberdayaan Zakat dan Wakaf, Kantor Kementrian Agama Wilayah Jawa Tengah melakukan visitasi Nu Care- Lazisnu Pati di wilayah Kemenag Kabupaten Pati. Tujuanya yaitu untuk memantau jalanya oprasional Lembaga Amil Zakat dan kendala serta hambatan yang dialami selama 1 periode, dalam kesempatan tersebut, Ketua Nu Care Lazisnu pati*

*memaparkan bentuk kinerjanya selama 1 periode untuk kembali dipertanggung jawabkan pada pihak pusat mengaji sejauh mana progress dari pemberdaayaan zakat, infaq shadaoh yang dijalankan.*

Berdasarkan isi informasi yang ada di atas dapat disimpulkan bahwa *Website* Lazisnu Pati menjaga peran komunikator dalam berkomunikasi dengan cara menjalin bentuk berkerjasama dengan Nahdotul Ulama serta Kementerian Agama yang diberlakukan dan dikelola secara terstrujtur dan terpusat melalui cabang, wilayah, kota dan pusat dan menggunakan tokoh agama dalam penyebaran informasi yang dibutuhkan kepada pihak majlis taklim yang ada.

#### 5. Strategi Komunikasi berdasarkan media

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa, misalnya surat kabar atau televisi, dan untuk kelompok tertentu digunakan saluran komunikasi kelompok.

*Website Lazisnu* Pati saat ini menggunakan bentuk media komunikasi berupa penyebaran informasi yang medi sosial serta grup whats App Lembaga Jawa Tengah. Mengingat perkembangan zaman yang semakin maju harus diimbangi dengan kemudahan dalam sarana pemberian dana dengan baik untuk berdonasi, terlebih lagi di masa pandemic COVID-19 yang mengunkan media digital dalam akses untuk mempermudah pembaca dalam mendapatkan informasi seputardonasi yang dikembangkan melalui jaringan *website*.

*“Memang pngelolaanya belum maksimal bentuk contoh penyebaran informasi donasi dan relawan batuan jug harus dikampanyekan melalui Website tujuanya agar tidak mempersulit seseorang atau setiap individu dalam melakukan kebaikan, terutama di dsaat seperti in ibanyak sekalikasus COVID-19 yang*

*sudah memakan korban jiwa. Diharapkan hal tersebut dapat menjadi bentuk inovasi yang membangkitkan semangat dalam berzakat, infaq maupun bershadaqah”*

Saat ini *website* Lazisnu Pati tersebut dikelola oleh pusat dalam untuk tulisannya biasanya diterbitkan oleh setiap ranting cabang yang telah selesai melakukan bentuk pelaksanaan program yang telah dijalankan. Melalui tahapan survai kemudian wawancara dan penulisan, pengumpulan hingga *publishing*. Cara dan proses yang dilakukan *Website* Lazisnu Pati diantaranya yaitu:

- a. Komunitas Nahdiyin atau Nahdotul Ulama sebagai sasaran tujuan dari adanya informasi yang akan diberikan (Mad'u).
  - b. Selanjutnya para ulama tokoh agama akan menginformasikan berita yang ada di *website lazisnu Pati* yang sudah terlebih dahulu di *publish*
  - c. Pihak penulis tiap ranting dan cabang menginformasikan kepada pusat bahwa akan menerbitkan tulisan. berdasarkan survai yang mereka lakukan
  - d. Lazisnu Pati akan memfilter setiap tulisan yang masuk untuk di *publish* ke *website* yang akan digunakan untuk pendistribusian informasi kepada para jamaah.
  - e. Isi dari tulisan *Website Lazisnu Pati* berisikan seputar zakat, infaq, shadaqah dan program aktualisasi yang sudah berhasil dijalankan oleh pihak Lazisnu Pati.
6. Strategi komunikasi melalui desain instruksional

Dalam Lazisnu Pati *website* tersebut menggunakan desain instruksional yaitu menggunakan media sosial yang terlebih dahulu di edit dan didesign secara indah. Sehingga dalam tahapan ini lebih mengutamakan media sosial sebagai media yang termudah dan dapat diakses dimanapun berada, sehingga dalam pemanfaatannya *website* tersebut

digunakan sebagai akses informasi yang relevan yang saat ini sesuai dengan perkembangan zaman.

Solusi yang ditawarkan dari Lazisnu Pati tersebut menitikberatkan pada inovasi *website* sebagai bentuk komunikasi statis dan dinamis yang memang sedang membutuhkan bantuan. Hal ini sesuai pernyataan yang diungkapkan oleh ketua dari Lazisnu Pati Bapak Niam yang menginformasikan bentuk postingan yang menyentuh hati.

*“Benar, untuk strategi yang digunakan menggunakan media sosial, kadang Kita ingatkan terus melalui postingan, sms, nkadang juga menggunakan postingan yang menyentuh hati, setelah itu diingatkan melalui kepada para penceramah untuk menginformasikan postingan yang sudah dibantu dipublishkan, dan Lazisnu juga memberikan pelayanan dimana seseorang tersebut membutuhkan bantuan, maupun yang sedang terkena bencana”*

#### 7. Strategi komunikasi melalui partisipatori

Tujuan dari *website* Lazisnu Pati yaitu sebagai penyedia jasa pelayanan mengenai infaq, zakat shadaqoh dan dapat pula dianggap sebagai media dakwah karena *website* tersebut berisikan santunan, pertolongan yang berdasarkan rasa peri kemanusiaan, yang langsung bekerjasama dengan warga Nahdiyin komunitas Nahdotul Ulama.

Kemudian tujuan sebagai komunikasi antara masyarakat Lazisnu Pati biasanya mengadakan semajam bentuk majelis pengajian setiap satu bulan sekali dengan membahas berbagai persoalan yang ada yang kemudian didiskusikan untuk membahas segala informasi yang bersifat aktual, dari pembahasan umum dalam segi islam yang sederhana dalam konteks kehidupan.

Biasanya untuk kegiatan seperti ini bertujuan sebagai wadah pemberi materi dan sumbangsih informasi keilmuan keagamaan dalam menggunakan media massa, artinya bahwa informasi dan nasehat dari

para penceramah nantinya data diteruskan kepada *website* yang ada lewat Lazisnu Pati tersebut nantinya akan disebarluaskan baik melalui media sosial yang ada dalam bentuk elektronik maupun cetak dalam bentuk brosure .

Sasarannya karena *website* tersebut bersifat publik, yang dibaca oleh semua kelompok dan kalangan, maka tidak membatasi siapa yang akan membaca dari *website* Lasiznu Pati. Sejak awal *website* Lasiznu Pati mencoba untuk mengangkat isu-isu aktual yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh umat atau publik khususnya dalam segi perikemanusiaan dari sisi kemanusiaan.

Selain bekerjasama dengan pengurus warga Nahdiyin, Lazisnu Pati juga juga menggunakan jaringan pengurus Kemenag, se-kabupaten, dan se-kota lewat grup *Whatsapp*, *Facebook*, maupun lewat email lewat pimpinan se-Jawa Tengah dari tingkat kabupaten seperti berupa kegiatan dan persoalan-persoalan yang sedang aktual didaerah masing-masing diminta untuk dikirimkan ke kementerian Agama Jawa Tengah agar dapat saling bertukar informasi tentang persoalan aktual yang sedang dihadapi dikota masing-masing mengenai perosoalan peri kemanusiaan. Karena setiap daerah pasti memiliki persoalan dan permasalahan yang berbeda-beda, dan masing-masing orang membutuhkan bantuan. Oleh karena itu kadang persoalan permasalahan yang ada di daerah tersebut dapat diangkat dalam tema Lazisnu Pati dalam *websitenya*.

Hal ini dapat dibuktikan dalam tulisan features yang ada di *Website* “Bantu Adik Arya Anugrah Menjalani Operasi Tumor Ganas” pada edisi 20 June 2021 yang berisi: mengenai bantuan terhadap sesama yang membutuhkan pertolongan.

*“Sudah dua bulan lebih anak Arya Anugrah terbaring menahan benjolan yang ada ditubuhnya. Semakin hari berat badanya semakin berkurang sudah hampir 1 tahun tidak berjalan. Tubuhnya tergulai lemah karena benjolan yang tiba-tiba muncul diperut bagian kiri. Semakin hari benjolanya semakin membesar*

*dan panas deman yang tinggi. Ia sudah menjalani rawat inap dan harus melakukan operasi. Ia merupakan golongan keluarga yang kurang mampu semakin banyak. Ayo bantu meringankan beban adik arya agarsegera sembuh dan bisa kembali bersekolah.*

Maka setidaknya ada beberapa cara berkomunikasi yang tepat yang dapat digunakan oleh lembaga Lazisnu Pati dalam *website* dimana lebih mengutamakan mengenai intensitas ruang bertemu yang memadai. Dalam komunikasi juga memerlukan rasa kerja keras atas dasar yang telah diusahakan untuk dapat memahami segala kekurangan yang ada. Dan agar tiak teradinya miss komunikasi dianantara sesamanya. .

Empati atau mendengarkan dengan seksama dan ikut merasakan apa yang dipebincangkan apalagi dirasakan merupakan kunci dari rasa persaudaraan yang dilakukan oleh lembaga ini. Kesadaran tersebut digunakan untuk membangun relasi yang baik. Yaitu menggunakan bentuk komunikasi yang bersifat audibel yaitu menyampaikan usulan, pemikiran kita secara jelas lugas, tidak multi tafsir. Dan untuk berkomunikasi tersebut hendaknya lebih membangun jenis komunikasi yang rendah hati serta tidak menggunakan unsur paksaan tetapi jangan lupa berkomunikasi dengan rendah hati, tidak merasa benar sendiri karena tidak ada bentuk manusia yang sempurna.

Dari tulisan tersebut dapat disimpulkan bahwa *website Lazisnu Pati* memiliki tujuan, sasaran dan target yang jelas. Tujuan dari *Website Lazisnu Pati* tersebut yaitu untuk berperan dalam dakwah Islam khususnya di wilayah Jawa Tengah khususnya di kawasan Pati, sasarannya yaitu Masyarakat Muslim di wilayah Jawa Tengah khususnya Wilayah Kudus, Pati dan Blora sedang untuk target khususnya yaitu kaum milenial kawasan Pati. .

*Website* Lazisnu Pati memanfaatkan jaringan komunitas pembaca dari warga masyarakat Nahdatul Ulama sebagai rantai dalam distribusi yaitu menggunakan situs resmi [URL:https://Lazisnu-Nucare.pati](https://Lazisnu-Nucare.pati) yang

memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai bentuk alternatif dalam pendistribusian secara cepat dan efisien, serta distribusi tulisan dari personil pribadinya seperti facebook.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Niam pada hari Jum'at, 2 April 2021 Pukul 17:11 WIB.

*“Strategi komunikasi Website Lazisnu Pati yang diterapkan sebagai berikut: Menjalin hubungan dengan stakholder dengan Kemenag dan Komunitas warga Nahdyyin, Mempertimbangkan sasaran atau target pasar dimana Website tersebut ditujukan kepada masyarakat Islam yang ditayangkan disetiap harinya. Karena di yakini sebagai bentuk dakwah secara bil qalam yang dapat diyakini sebagai bentuk kepercayaan yang dapat dilakukan. Yang dapat dipertimbangkan sebagai jumlah halaman yang ditayangkan berkah dimana orang-orang akan berkumpul pada hari”.*

Untuk rubrikasi dalam websitenya terdiri dari menu home, profil, laporan, cek donasi anda, galeri dan hubungi kami, untuk penjelasannya akan dijelaskan sebagai berikut dalam bentuk tateginya menggunakan Menu Home yang sdi dalamnya terdapat menu fitur yang berisikan mengenai bagian awal dari website yang menjelaskan mengenai atribut yang di gunakan Nu-Care Pati dalam memberikan edukasi melalui bentuk gambar bertuliskan “Salurkan Zakat, Infaq, Shadaqah melalui Lazisnu Terdekat. Lazisnu Pati siap Berkhidmah.

Dan Profil dalam fitur ini berisikan sejarah umum Lazisu Pati dan susunan kepengurusan serta visi misi yang diterapkan oleh pihak lembaga. Laporan, Alam fitur menu ini berisikan mengenai laporan keuangan yang ada dan berhasil didonasikan oleh pihak Lazisnu dai keseluruhan tiap tahunnya, sehingga dalam konteks ini menegdepankan nilai kejujuran dan transparasi dana keuangan. Cek Donasi, dalam fitur menu ini berisikan mengenai donasi yang disalurkan dari tiap-tiap orang yang membuka website yang akan melakukan donasi dalam bentuk infaq maupun shadaqah dari masing-masing individual dan galeri

Dalam fitur ini berisikan mengenai foto-foto kegiatan dan foto kepedulian sesama dan foto orang-orang yang membutuhkan bantuan dari masyarakat

wilayah Kabupaten Pati. Dan Kontak dalam fitur ini berisikan mengenai alamat dan informasi seputar Lazisnu Pati agar orang yang melihat dapat mengetahui letak dan kondisi kantor serta informasi seputar zakat, Infaq, shadaqah



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam teknik observasi dan wawancara terhadap beberapa pihak dari instansi terkait dengan menggunakan beberapa strategi yang dikemas menggunakan teori maka penelitian ini terdapat beberapa poin strategi komunikasi *website* Lazisnu Pati dalam Menarik Masyarakat untuk berzakat Pada Masa Pandemi Covid-19 dapat disimpulkan, yaitu :

1. *Website* lazisnu Pati telah memenuhi Pencapaian Strategi komunikasi yang Efektif

Dari perencanaan dan manajemen komunikasi pada suatu tujuan, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, dan menerapkan, mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, peranan komunikator dalam komunikasi, tujuan dan saran serta target yang jelas, serangkaian taktik dan kegiatan terkait, dan dilaksanakan dengan cara terorganisir dan sistematis dalam perencanaannya sudah menggunakan sertifikasi dari pihak terkait dan dalam proses penjalanya menggunakan struktur yang baik dan terorganisir. Hal ini di buktikan dengan bentuk pencapaian dari pusat pelayanan yang semakin berkembang dan perolehan dana zakat, infaq, shadaqah yang meningkat.

2. Menjalin kerjasama dengan instansi lainnya.

*Website* Lazisnu Pati telah menjalin beberapa bentuk Kerjasama cabang kordinator kemudian di publish pada ranah pusat sebagai bentuk informasi yang ada. ama dengan Lembaga komunitas, IPPNU, IPNU maupun dari kementrian agama. Perlu diketahui untuk menciptakan daya tarik dan kepercayaan pada terhadap pelayanan pendayagunaan zakat tersebut, pihak Lazisnu menggandeng bebrapa bentuk Kerjasama dengan Lembaga yang besar seperti instansi Kementrian agama, IPNU, IPPNU di masing- masing cabang serta menggunakan komunitas warga nahdiyini untuk melakukan proses filantropi Islam.

3. *Website* digunakan sebagai Branding dalam menjalankan program

*Website* Pati dalam memberikan informasi didasarkan pada sikap pendermaan secara aktual dan transpaan, kesejukan yang diajarkan dalam filantropi Islam tersebut mengajarkan kepada kebaikan dan bisanya di gunakan sebagai sarana kamanye untuk

menebarkan kebaikan yang berhubungan dengan pengelolaan dana zakat, infaq, shadaqoh yang terdapat di Lazisnu Pati.

4. *Website* Lazisnu Pati dikelola oleh tokoh Nahdatul Ulama dari cabang sampai Pusat

*Website* Lazisnu memiliki latar belakang dari tokoh Nahdatul Ulama Jawa Tengah yang menurut sejarah berdasarkan hasil siding muktamar ke 31, kemudian pendirian berawal dari bentuk pelayanan zakat yang produktif hingga kini pelayanan lebih kearah pemanfaatan teknologi, dalam hal ini Lazisnu Pati, biasanya menggunakan branding dan sarana berdonasi untuk sesama nya melalui ajakan untuk bersedekah, infaq melalui website.

5. Strategi terstruktur dan tidak berupa paksaan pemberian materi

Dalam *Website* Lazisnu Pati sistem yang digunakan sangat terstruktur hal ini didasarkan dengan bentuk pengkatagoran setiap tulisan yang masuk yang dikembangkan melalui kordinator cabang masing-masing desa kemudian di teruskan kepada daerah atau kawasan Lazisnu Pati. Penulis bisanya tidak menerima imbalan atas apa yang dituliskan dalam *website* tersebut, bersikap sukarelawan dan tidak mengharapkan imbalan adalah kunci keiklasan semata. Kemudian untuk target dari penulisan tersebut adalah warga nahdiyain atau bisanya yang beraliran Nahdatul Ulama.

6. Strategi Distribusi

Dalam *Website* Lasiznu menggunakan proses strategi distribusi yang cukup menarik, biasanya menggunakan strategi organisasi dari pusat kepada para masyarakat, kemudian bisanya informasi tersebut disampaikan juga melalui majelis kepada komunitas warga nahdiyain. Untuk proses pendistribusianya bisanya di kembangkan dari ucapan ke ucapan secara langsung dan di sebarkan dari mulut ke mulut. Biasanya untuk informasinya kadang juga disebarakan melalui media sosial oleh kalangan Pelajar Nahdatul Ulama baik santri perempuannya maupun lelakinya. .

## **B. Saran-saran**

Setelah menyelesaikan tugas skripsi ini, penulis mencoba mengemukakan saran yang penulis harapkan bisa bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya, dan bagi ummat muslim secara umum. Adapun saran-saran yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

Untuk Lazisnu Pati :

1. Lebih berinovasi dalam menciptakan terobosan terbaru berupa pembenahan konten yang menarik, serta memperhatikan struktur kepenulisan yang lebih baik kembali. Serta dapat mempublish tulisan secara tepat waktu. Agar nantinya tampilan *website* tersebut dapat dikelola dengan baik sesuai dengan minat masyarakat dalam jangka yang panjang.
2. Diharapkan dapat selalu konsisten dalam mengelola *Website* agar dapat menjadi bentuk inovasi sebagai sarana informasi yang lengkap bagi masyarakat khususnya daerah Pati yang akan mendermakan hartanya untuk sesamanya.
3. Tampilan pada *Website* hendaknya disesuaikan dengan tema yang berkembang saat ini, agar tidak terkesan monoton dan harus adaptif yang mengelola tulisan dan design agar pengunjung juga merasa tertarik untuk melakukan sarana pendermaan zakat melalui *website*. Sebab pengunjung *website* tersebut sangatlah heterogen dan tidak bisa menjamin semua berasal dari kalangan aliran Nahdatul Ulama Saja. .
4. *Website* Lazisnu Pati hendaknya dapat selalu menerima masukan masyarakat umum agar terciptanya *feedback* yang positif dan evaluasi kedepannya yang lebih baik lagi. Terutama dapat menggunakan media sosial lainnya seperti youtube untuk membranding produk dan program dalam pendermaan yang ada di Lazisnu Pati.
5. Agar sasaran lebih luas, saran penulis yaitu dapat memanfaatkan peranan teknologi lainnya seperti instagram, facebook juga youtube dengan sasaran utama milenials agar nantinya masyarakat dapat diajarkan bentuk kebaikan sejak dini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar.2015)
- Cangara, Hafien. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo.2013)
- Effendy dan Onong Uchjana. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. (Bandung : Citra Aditya Bakti.2003)
- Faules, Don. F dan R. Wayne pace. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. (Bandung: PT. Rosdakarya:2001)
- Fikri, Muhammad. *Sejarah Media: Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan*. (Malang: UB Press. 2018)
- Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Remaja Rosdakarya. 2004).
- Fahmi. *Mencerna Situs Jejaring Sosial* . (Jakarta: Elek Media Komputindo. 2011).
- Fahmi. *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*. (Bandung: Alfabeta. 2011).
- John, Vivian. *Teori Komunikasi Massa*. (Jakarta: Paranameia.2008).
- M. Kaplan, Haenlein Michele. *Uses Of The World, Unite The Challengers and Opportunities Of Social Media*. (Busines Horizontal)
- Mastori. 2018. *Pemikiran Politik Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2007)
- Moloeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.2001)
- Munir, Muhammad dan Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Prenada Media.2006)
- Mondry. *Komunikasi Massa Analisis Interaktif Budaya Massa*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta.2008)
- Nasullah, Ruli. *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2015).
- Nasrullah, Rulli. *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2015).

- Nadie, Lahyanto Nadie. *Medai Massa Dan Pasar Modal: Strategi Komunikasi bagi Perusahaan Go Public*, ( Jakarta: Pustaka Kaji. 2019)
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, (Bogor Selatan : Ghalia Indonesia. 2005)
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.1997)
- Roudhona. *Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: UIN Jakarta Press.2007)
- Rulli, Nasrullah. *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017).
- Salusu. *Pengambilan Keputusan Stratejik: Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. (Jakarta: Grasindo, 2006)
- Sugiyono, *Metode penelitian: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan RnD*, ( Bandung: Alfabeta, 2014)
- Suryabrata, Sumadi. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Taufik, Tata. 2020. *Dakwah Era digital: Sejarah, metode dan perkembangan*. Kuningan: Pustaka Al-ikhlas..
- Uchjana, Onong. 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Wijaya. *Ilmu Komunikasi pengantar Study*. (Jakarta: Rineka Cipta. 2000).

### **Sumber Jurnal**

- Rachmiate, Atie dan Rahma Fitria, dkk. 2020. *Strategi Komunikasi Pariwisata Halal studi Kasus Implementasi Halal Hotel Di Indonesia Dan Thailand*. Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol. 4, No.1.
- Rubawati, Efa Rubawati. 2018. *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*. *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol. 2.
- Tajuddin, Yuliyatun. 2014. *Walisongo Dalam Strategi Komunikasi Dakwah"*, *Addin*, Vol. 8, No.
- Ivan Muhammad, 2020. *Memahami pandemic Covid-19 dalam Persektif Psikologi Pandemi*, Vol. 1, No. 2 Mei 2020 (68-84).

Wibowo Hardiadoyo, *Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19*. Vol. 1 No. 2623-0089.

### **Sumber Skripsi**

Hudayah, Nur. 2020. *Strategi Komunikasi Baznas Kabupaten Pinrang Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Berzakat di Lembaga Zakat*. IAIN Pare-Pare

Bagaskara, Samudero. 2019. *Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Shadaqoh Muhammadiyah (Lazismu) Sukoharjo Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki*. IAIN Surakarta.

Hasriandi. 2017. *Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Kecamatan Rappocini Kota Makasar*. UIN Alaudin Makasar.

### **Internet**

(Republika.com *zakat- dan perintah menjalankan zakat bagi orang muslim diakses pada tanggal 1 maret 2021 pukul 14.31*)

(Www. kominfo.go.id *Dirjen PPI: Suvai Penetrasi Pengguna internet di Indoensia diakses pada tanggal 8/3/2021*)

## LAMPIRAN

### 1. Foto Lazisnu Pati

#### Depan Kantor Lazisnu



#### Tempat Kerja Lazisnu



**Prosesi Wawancara dengan Ketua Lazisnu**



**Foto Bersama Ketua Lazisnu**





## Foto Bersama Admin Website Lazisnu



## 2. Draf Wawancara

### Wawancara Ketua Lazisnu Pati

- d. Bagaimana sejarah dan profil dari lazisnu pati? Ada bukunya tidak pak untuk sejarahnya?

Jawab :

Ada di website lazisnu pusat

- e. Apa saja visi dan misi lazisnu Pati?

Jawab:

Ada di website lazisnu

- f. Logo Lazisnu pati menggambarkan apa? Jelaskan secara lengkap?

Jawab:

Ada di Website

- g. Bagaimana Susunan Organisasi di Lazisnu Pati bagaimana secara umum?

Jawab:

Secara Nasional di Lazisnu Pati ada dua manajemen.. ada pengurus ada manajemen..pengurus yang menentukan kebijakan .pengurus ini yang di angkat oleh lazisnu pusat. tugas pengurus mengkonsep kebijakan-kebijakan program yang ada. Manajemen adalah exsekutif atau para staf yang kerja harian dan merekalah yang menjalankan kebijakan-kebijakan yang di susun oleh pengurus

**h.** Bagaimana susunan redaksi di lazisnu pati untuk websitenya?

Jawab:

Ada devisi pengembangan IT, yang menangani perkembangan website termasuk kampanye dan personal branding.

**i.** Bagaimana Segmentasi Pembaca di Website Lazisnu?

Jawab:

Target utama adalah anak-anak NU dan jaringan-jaringan NU kemudian, remaja, orang tua dan warga nahdiyyin.

**j.** Apakah ada Spasiliasi Horizional di Lazisnu Pati Bentuk kerja sama dengan lembaga lain untuk mengembangkan usaha?

Jawab:

Kerjasama banyak lembaga dan perusahaan kalau pengelolaan zakat ada bank-bank syariah dan perusahaan-perusahaan itu di ajak kerja sama. Kerja samanya lazisnu hanya menyalurkan zakat mereka aja

**k.** Bagaimana Tahapan produksi penulisan di Website Lazisnu Pati?

Jawab:

Ada tahapannya. Karena ini adalah lembaga sosial yg tidak fokus di lembaga pemberitaan. Pemberitaan hanya untuk kampanye agar menyentuh hati orang untuk berdonasi.. sistem lazisnu kalau ada orang bawah orang sakit contoh kecelakaan tim yg di bawah kami,,karena sistem lazisnu ada per kecamatan dan ranting. kecamatan namanya NBC. Jadi mereka yang di bawah yang di tugasi,,di kasih tugas tulis wawancara orangnya buat tulisan yang menyentuh supaya orang itu simpatik. terus kami lah yang Up di website sama di media-media yang lain. jadi lazisnu pati tidak punya tim redaksi khusus pokoknya tidak wawancara tulis itu saja

**l.** Sebelum produksi prosesnya seperti apa?

**m.** Sesudah produksi prosesnya seperti apa?

**n.** Jelaskan secara singkat Bagaimana pendistribusian tulisan yang di lakukan oleh Lazisnu Pati yang dilakukan di website?

Jawab:

Tidak ada pendistribusian..tugas di berikan kepada mereka yang di lapangan jadi aktivis lapangan itu lah yang menulis. tim media itu hanya kampanye atau memviralkan dan memasang di website

- o.** Untuk menarik pembaca maka di butuhkan branding , bagaimana branding yang dilakukan oleh lazisnu pati dalam hal tersebut terutama agar menarik orang untuk berzakat, shadaqoh, infaq?

Jawab:

Branding lazisnu adalah branding nasional..orang NU mempunyai fanatisme yang sangat tinggi jadi dia mempunyai branding nasional dan tidak perlu branding baru. justru branding kita sebetulnya untuk membuat masyarakat tau kalau kita exsis ada dan kantor kita memang ada.dan ketika mau zakat kita ada

- p.** Pemanfaatan teknologi lazisnu pati apakah hanya website saja? atau kah ada media sosial lainnya? Jelaskan .

Jawab:

.Semua ada, ada website, fb, intagraam, whatsapp, jaringan-jaringan yang lain termasuk penggalangan dana seperti *kitabisa.com*

- q.** Menurut Bapak, bagaimana data zakat saat pandemi covid 19 dan sebelum covid?. Apakah zakat shadaqoh dan infaqnya mengalami penurunan. Yang signifikan?

Jawab:

Mengalami peningkatan,,tahun lalu lazisnu mengumpulkan hanya sekitar 400jt tahun ini sudah 3,9 milyar dan ini di pertengahan tahun sudah segitu dan kemungkinan bisa meningkat lagi. Karena mungkin pandemi membuat orang takut kena virus terus meninggal sehingga dia ngerasa belum punya sanga belum punya bekal makannya dia cepet-cepet sedekah dan karena juga ada tanggapan di masyarakat kalau sedekah itu menolak bala menolak penyakit dan ini juga mendorong masyarakat untuk bersedekah

- r.** Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan dan solusi yang tepat agar orang-orang tetap berzakat, infaq, shadaqoh meski di tengah pandemi covid?

Jawab:

Seperti yang di sampaikan bahwa sedekah itu bisa menolak bala ,menolah berbagai musibah maka kita dorong masyarakat untuk berzakat

- s. Bagaimana rencana agar kedepannya agar presentasi dari data zakat itu bertambah dan sifatnya lebih produktif?
- t. .Bagaimana cara menarik orang agar berzakat di masa pandemi zakat covid-19.?
- u. Pemberdayaan zakat apakah yang dilakukan oleh Lazisnu pati?

Jawab:

Kita mempunyai 4 pilar,,pilar kesehatan, pendidikan, bencana dan ekonomi jadi 4 pilar yang kita lakukan ,

- v. Apa saja Program-program lazisnu pati, jelaskan ?

Jawab:

Programnya seperti menyantuni orang, membantu orang yang terkena musibah, menyantuni orang sakit, kalau di masa pandemi membantu orang yang terkena covid-19 kita kasih dana atau obat supaya mereka dalam melakukan isolasi bisa nyaman dan terasa di perhatikan

- w. Jelaskan Pendistribusian zakat. dimana saja? Apakah produktif tidak?

Jawab:

Di seluruh Pati belum produktif masih minim mungkin masih 75% non produktif dan 25% produktif. .produktif itu yang kita berikan dalam bentuk pemberian grobak, modal grobak untuk jualan itu yang biasanya kita berikan yang produktif

- x. Bagaimana cara agar pemberdayaan zakat selalu produktif?

Jawab:

Kita dorong mereka untuk usaha jadi supaya mereka itu produktif,,kalau muzaki udah produktif karena mereka punya duit dan mau untuk berzakat,,produktif lebih ke penerima yang menerima supaya kita dorong agar beberapa tahun kedepan tidak lagi menerima zakat justru membayar zakat

- y. berapa persen zakat di bagi pergolongan?

Jawab:

Seperdelapan manajemen itu kan tidak harus pas dalam pendistribusian zakat kita tidak bisa menentukan golongan ini dapat seperdelapan karena dalam kenyataan dilapangan bahwa orang sakit lebih banyak dari pada anak-anak yang gk bisa sekolah dan karena zaman sekarang udah ada dana BOS berarti kalau kita bikin begitu malah tidak adil karena anak-anak sudah tidak memerlukan dana karena ada BOS dan kita berikan

kebutuhan orang-orang yang sakit dan itu kondisional dan yg tetap di prioritaskan adalah fakir miskin ,kesehatan dan pendidikan

- z. Seberapa berpengaruh kah zakat, infaq, shadaqoh dalam kehidupan masyarakat guna meningkatkan taraf hidup wilayah disekitar Pati ?

Jawab:

Belum sedikit terasa ,karena pada prinsipnya zakat ini belum sampai tarah kepada pementasan. zakat kan kita berikan kepada orang yang belum mampu makan.yang penting mereka makan dulu jadi belum sampai kepada supaya dia ini itu.itu masih nanti dan semua lembaga zakat belum ada yang mampu, pemerintah pun belum bisa jadi masih dalam tahap kontuntif seperti kebutuhan sehari-hari

### **Wawancara Pengelola Website**

1. Mengapa menjadikan website sebagai inovasi untuk menarik zakat?

Jawab:

Kami tidak menggunakan website saja,,website hanya digunakan untuk informasi statis. kalau kita menggunakan informasi yang dinamis sperti Fb itu mudah hilang

2. Berapakah rata-rata jumlah pembaca (rata-rata pengunjung) dari website lazisnu, perbulan dan pertahunnya?

Jawab:

Tidak pernah dihitung, pokoknya rating kita kalau orang bayar zakat banyak itu sudah nggk perlu di lihat orang banyak atau sedikit gak terlalu perlu. Biasanya lazisnu lebih menggunakan grub-grup besar yang dinasi orang-orang pati kita promosikan website disitu jadi konten yang ada di website kita share seperti yang kemarin itu ada anak yang mau oprasi Aria dari tambakromo pati kita pasang di webaite kita share dalam waktu seminggu udh terkumpul hampir 35jt yang penting kita mengemas beritanya real nyata dan menyentuh hati

3. Bagaimana sejarah latar belakang adanya website di Lazisnu Pati?  
4. Apa saja bentuk hambatan dan kelemahan dari adanya website dilazisnu pati?

Jawab:

Hambatan tidak ada karena kita tidak menjadi utama jadi website hanya kita gunakan informasi statis agar orang perlu informasi ada dan mudah, beda kalau menggunakan media sosial kan harus nyari..kita ramenya ya kalau ada kampanye kayak orang sakit kita share biar orang tersentuh

5. Jelaskan bagaimana keunggulan dan keuntungan dari adanya website?

6. Jawab:

Secara profesional menjadi bisa di akui

7. Bagaimana susunan redaksi di lazisnu pati untuk websitenya?

8. Bagaimana Segmentasi Pembaca di Website Lazisnu?

9. siapa yang menulis website? Sistem kerjanya bagimna?

Jawab:

Yang menulis website siapa aja yang penting real beritanya menyentuh hati terus kita share biasanya dari pihak cabang dan kordinator dan ipnu ippnu.

10. Bagaimana cara agar website itu berkembang di masa depan?

Jawab:

Yang penting itu kita aktif ngisi kampanye sering rutin

11. Bentuk Strategi komunikasi apa yang digunakan oleh lazisnu dalam menghadapi situasi pandemi? Jawab:

Kita hanya memposting situasi pandeminya aja, posting masyarakat yang terkena jadi kita tidak punya untuk seperti yang kesulitan ekonomi gara-gara pandemi kita ajak masyarakat untuk membantu simpel aja kita

12. bagaimana cara mengembangkan website agar kedepannya dapat digunakan untuk tujuan siar agama islam terutama dalam tujuan berzakat?

Jawab:

Di isi informasi yang baik dan bertanggungjawab terutama dalam bidang zakat.

13. Selain website adalakah inovasi selain website? Jelaskan?

14. peningkatan zakat saat ini mengalami transformasi perkembangan teknologi, akankah ada rencana kedepan untuk melakukan inovasi lainnya dengan tujuan agar menambah jumlah pengunjung dan tertarik akan berzakat, infaq dan sadaqoh?

Jawab:

Website kan hanya alat, alat untuk memberikan pelayanan jadi gunanya website hanya ada alat untuk pelayanan supaya orang mau berzakat mudah dan supaya orang yang menerima zakat tersentuh

15. bagaimana cara bentuk strategi untuk menyadarkan orang-orang agar selalu berzakat, infaq, dan shodaqoh ?

Jawab:

kita ingatkan terus dengan dikirim sms,postingan yang menyentuh tadi dan kita ingatkan terus dan minta kepada kyai-kyai para penceramah orang NU dan kita juga siar memberikan pelayanan dimana ada bencana kita ada

16. Strategi komunikasi apa sajakah yang digunakan oleh website lazisnu pati dalam membuat konten yang berhubungan dengan zakat, infaq, shadaqoh?

Jawab:

Tidak ada. pokoknya kita website hanya kita gunakan untuk kampanye membantu orang, jadi kita tidak mendorong orang untuk berzakat nggak, ini lo ada orang sakit tolong gitu aja udah jadi kita tidak mengarah kepada indotrinasi karena itu kan misinya lembaga dakwah kayak ayo zakat itu kan misinya lembaga dakwah. karena kita di lazisnu karena udah praktik , ini lo ada orang sakit tolong di bantu, ini lo ada orang menderit kita bantu ini ada orang kebanjiran masak kita diam aja hanya itu aja. masalah zakat infak itu urusan dia misi kita disitu jadi di lazisnu lebih kepada pelayanan orang berzakat bukan kepada mendorong orang berzakat yang mendorong itu ya Lembaga-lembaga dakwah. karena lazisnu fungsinya lebih ke lembaga pelayanan zakat, kita hanya mengajak aja agar orang tersentuh bukan mendorong atau ceramah agar orang berzakat. pokoknya pedoman kami ada membantu anda siapa yang mau zakat ada orang sakit kita bantu

### **Wawancara Admin Pengelola Website**

1. Untuk bagian Media sosial khususnya website, Apakah ada target khusus dan strateginya dalam menarik pembaca?

Jawab:

Dalam hal ini tentu target utamanya adalah warga nahdiyin namun yang lebih penting informasi yang ada di *website* tersebut dapat mengajak kepada kebaikan

2. Bagaimana Pengelolaan Website di Lazisnu Pati? Apakah untuk tiap hari itu di batasi jumlah tulisanya?

Jawab:

Kalau tulisan di tahun ini baru dua kalau tahun kemrin lancar upload kalau tahun ini baru 2 tulisan, kalau tahun ini penggalangan donasi buat dek arya sama pak munarto

3. Konten apa yang sering di jadikan untuk membuat seseorang itu merasa sadar akan tanggung jawabnya agar selalu membayar zakat. Setiap orang kerja itu kan mendapatkan hasil berupa uang. Itu uangnya sebagian besar uangnya itu milik orang lain jadi perlu di zakati

4. Keuntungan penggunaan website dan kelemahanya apa saja?

Jawab:

Keuntungan konten kita atau narasi kita yang menguat berita itu orang lain bisa tau contohnya kayak kemarin yang dek arya, kalau kelemahan belum menemukan

5. Langkah selanjutnya yang di gunakan dalam mengembangkan website lazisnu pati kedepanya apa saja

Jawab:

pengelolanya itu harus 1 orang kalau sekarang kan ada pak ketua sama yang pegang website jadi kayak double job, jadi kedepannya nanti satu tim satu orang yang di tunjuk untuk mengelola website dan medsos lazisnu agar tetap fokus, Bentuk strategi komunikasi apakah yang dilakukan perihal dalam pemberdayaan zakat, infaq, shadaqoh untuk kedepanya agar bisa membantu menyejahterahkan warga kawasan pati? Kalau lazisnu pati itu kita basisnya di bawah, kan ada tingkatannya di pusat, wilayah, cabang bawahnya kecamatan, kalau cabang itu memberikan kebijakan-kebijakan dari pusat sama wilayah Cuma menyalurkan, kalau bagian kerjanya itu lebih di tekannya di bagian ranting bagian desa lebih kesitu



### 3. Lampiran Data Surat Perizinan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : [www.fakdakom.walisongo.ac.id](http://www.fakdakom.walisongo.ac.id)

Nomor : B-1782/Un.10.4/K/PP.00.9/06/2021

Semarang, 23 Juni 2021

Lamp. : 1 (satu) bendel

Hal : **Permohonan Izin Riset**

Kepada Yth.  
Kepala Kantor Lazisnu Pati  
di Pati

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan  
bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Tofani Erik Dewangga  
NIM : 1701026161  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Lokasi Penelitian : LAZISNU Pati  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi *Website* LAZISNU Pati dalam Menarik  
Masyarakat untuk Berzakat pada Masa Pandemi Covid-19

bermaksud melakukan riset penggalan data di LAZISNU Pati. Sehubungan dengan itu  
kami mohonkan izin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Tembusan Yth. :  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

#### 4. Data Surat Balasan Lasiznu Pati



#### **Surat Keterangan**

No : 10/S/PC.LAZISNU.PATI/VII/2021

*Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi wa Barakatuh*

Dengan ini kami sampaikan, bahwa Mahasiswa dibawah ini :

Nama : Tofani Erik Dewangga  
NIM : 1701026161  
Lokasi Penelitian : Lazisnu Pati  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Website Lazisnu Pati dalam Menarik Masyarakat untuk Berzakat pada Masa Pandemi Covid-19

Benar-benar sudah melakukan penelitian riset penggalian data di lazisnu Kabupaten Pati.

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar digunakan sebagaimana mestinya.

*Wallahul Muwafiq Illaa Aqvaamith Thoriq*

*Wassalaamu 'alaikum Warahmatullahi wa Barakatuh*

Pati, 28 Juli 2021 M  
18 Dzulhijjah 1442 H

LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAK SHODAQAHA NAHDLATUL ULAMA  
KABUPATEN PATI PROVINSI JAWA TENGAH  
MASA KHIDMAT 2019 – 2024

Ketua

Muhammad Ni'am Sutaman, Lc.




Sekretaris

Teguh Santoso, M.Ag

## F. Lampiran Data Zakat

### Bulan Januari



  
**NU CARE - LAZISNU**  
**KABUPATEN PATI**  
 Sekretariat: Jl. Dr. Susanto No. 4 Pati  
 Telp (0295) 381803 Pati email: nuicarepati@gmail.com  
 Hotline: 08129666226 / 08529091240


**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 31 JANUARI 2020**


Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/01/2020	Saldo Awal		Rp 8.381.063,00		Rp 8.381.063,00
15/01/2020	Bunga Rekening		Rp 2.515,00		Rp 8.383.578,00
16/01/2020	Pajak Bunga Simpanan			Rp 503,00	Rp 8.383.075,00
16/01/2020	Biaya Administrasi			Rp 5.300,00	Rp 8.377.775,00
26/01/2020	Santunan Warga Sakit Tambakromo			Rp 1.000.000,00	Rp 7.377.775,00
30/01/2020	Santunan Yatim MWC Margovoso			Rp 2.000.000,00	Rp 5.377.775,00
31/01/2020	H. MUHAMMAD ZAIM JAEHLANI		Rp 500.000,00		Rp 5.877.775,00
31/01/2020	Bagian Amil 12.5% dari Penerimaan Zakat			Rp 62.500,00	Rp 5.815.075,00
			<b>Total bulan</b>	<b>Rp 502.515,00</b>	<b>Rp 3.068.503,00</b>
					<b>Rp 5.815.075,00</b>


Pati, 31 Januari 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiq Anam, S.E.**  
 Bendahara

Disetujui Oleh :   
**Muhammad Niam Sutaman, LLM**  
 Ketua Lazisnu

  
**Kholirun Niam**  
 Sekretaris Lazisnu

### Bulan Februari



  
**NU CARE - LAZISNU**  
**KABUPATEN PATI**  
 Sekretariat: Jl. Dr. Susanto No. 4 Pati  
 Telp (0295) 381803 Pati email: nuicarepati@gmail.com  
 Hotline: 08129666226 / 08529091240


**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 29 FEBRUARI 2020**

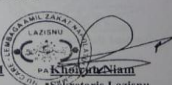
Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/02/2020	Saldo Awal		Rp 5.815.075,00		Rp 5.815.075,00
01/02/2020	MASHUM MAARIF		Rp 160.000,00		Rp 5.975.075,00
03/02/2020	ARTHA BAHANA		Rp 43.511.124,00		Rp 49.486.199,00
11/02/2020	SAIFUL (SANTUNAN KERJA)			Rp 250.000,00	Rp 49.236.199,00
15/02/2020	Bunga Rekening		Rp 1.739,00		Rp 49.237.938,00
16/02/2020	Pajak Bunga Simpanan			Rp 347,80	Rp 49.237.590,20
16/02/2020	Biaya Administrasi			Rp 5.500,00	Rp 49.232.090,20
29/02/2020	Muhabib, Artha Bahana			Rp 38.100.000,00	Rp 11.132.090,20
29/02/2020	Bagian Amil dari Zakat Artha Bahana			Rp 5.411.124,00	Rp 5.720.966,20
29/02/2020	MASHUM MAARIF		Rp 200.000,00		Rp 5.920.966,20
29/02/2020	Bagian Amil dari Zakat Mashum			Rp 45.000,00	Rp 5.875.966,20
			<b>Total bulan</b>	<b>Rp 43.872.863,00</b>	<b>Rp 43.811.971,80</b>
					<b>Rp 5.875.966,20</b>


Pati, 29 FEBRUARI 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiq Anam, S.E.**  
 Bendahara

Disetujui Oleh :   
**Muhammad Niam Sutaman, LLM**  
 Ketua Lazisnu

  
**Kholirun Niam**  
 Sekretaris Lazisnu

## Bulan Maret



**NU CARE - LAZISNU**  
**KABUPATEN PATI**  
 Sekretariat: Jl. Dr. Susanto No. 4 Pati  
 Telp (0291) 381803 Pati email: nuicarepati@gmail.com  
 Hotline: 08129666226 / 085290512240


**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 31 MARET 2020**


Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/03/2020	Saldo Awal		Rp 5,875,966.20		Rp 5,875,966.20
10/03/2020	Saulid (Santunan Kerja)			Rp 250,000.00	Rp 5,625,966.20
15/03/2020	Bunga Rekening		Rp 1,798.00		Rp 5,627,764.20
16/03/2020	Pajak Bunga Simpanan			Rp 359.60	Rp 5,627,404.60
16/03/2020	Biaya Administrasi			Rp 5,500.00	Rp 5,621,904.60
22/03/2020	AMINURRAHMAN		Rp 150,000.00		Rp 5,771,904.60
30/03/2020	ARTHA MAS ABADI (Zakat Perusahaan)		Rp 26,816,699.00		Rp 32,588,603.60
30/03/2020	ARTHA MAS ABADI (Zakat Karyawan)		Rp 47,591,425.00		Rp 80,180,028.60
30/03/2020	Bagian Amil dari Zakat			Rp 9,319,765.50	Rp 70,860,263.10
<b>Total Bulan</b>			<b>Rp 74,559,922.00</b>	<b>Rp 9,575,625.10</b>	<b>Rp 70,860,263.10</b>


Pati, 31 MARET 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiqul Anam, S.E.**  
 Bendahara

Disetujui Oleh :   
**Muhammad Niam Sutaman, LLM**  
 Ketua Lazisnu

  
**Khairun Niam**  
 Sekretaris Lazisnu

## Bulan Mei



**NU CARE - LAZISNU**  
**KABUPATEN PATI**  
 Sekretariat: Jl. Dr. Susanto No. 4 Pati  
 Telp (0291) 381803 Pati email: nuicarepati@gmail.com  
 Hotline: 08129666226 / 085290512240


**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 31 MEI 2020**


Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/05/2020	Saldo Awal		Rp 14,233,058.50		Rp 14,233,058.50
13/05/2020	YATAMA (Menambah bantuan Yatama bersama Sukun)			Rp 4,000,000.00	Rp 10,233,058.50
15/05/2020	Bunga Rekening		Rp 1,837.00		Rp 10,234,895.50
16/05/2020	Pajak Bunga Simpanan			Rp 367.40	Rp 10,234,528.10
16/05/2020	Biaya Administrasi			Rp 5,500.00	Rp 10,229,028.10
17/05/2020	GHUFRON HALIM		Rp 1,000,000.00		Rp 11,229,028.10
2020-05-20	YUDI MUNTAHA		Rp 1,600,000.00		Rp 12,829,028.10
2020-05-20	H. ALI MANSYUR HD		Rp 2,000,000.00		Rp 14,829,028.10
22/05/2020	Amanah Zakat Fitrah Lazisnu Pusat		Rp 6,000,000.00		Rp 20,829,028.10
22/05/2020	penyaluran Fitrah oleh Sejam			Rp 1,400,000.00	Rp 19,429,028.10
	Penyaluran oleh Lazisnu Trangkil			Rp 1,000,000.00	Rp 18,429,028.10
	Penyaluran Fitrah oleh Lazisnu ke wilayah margoyoso			Rp 3,600,000.00	Rp 14,829,028.10
23/05/2020	ANIK RIFQOH		Rp 1,000,000.00		Rp 15,829,028.10
23/05/2020	MASHUM MAARIF		Rp 460,000.00		Rp 16,289,028.10
30/05/2020	Bagian Amil dari Zakat			Rp 1,507,500.00	Rp 14,781,528.10
<b>Total Bulan</b>			<b>Rp 12,061,837.00</b>	<b>Rp 11,513,367.40</b>	<b>Rp 14,781,528.10</b>


Pati, 31 Mei 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiqul Anam, S.E.**  
 Bendahara

Disetujui Oleh :   
**Muhammad Niam Sutaman, LLM**  
 Ketua Lazisnu

  
**Khairun Niam**  
 Sekretaris Lazisnu

## Bulan Juni

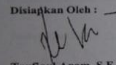

**NU CARE - LAZISNU  
KABUPATEN PATI**  
Sekretariat: Jl. Dr. Suastanto No. 4 Pati  
Telp: (0299) 361803 Pati email: nuicarepati@gmail.com  
Hotline: 08129866226 / 08029051226


**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 30 JUNI 2020**


Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/06/2020	Saldo Awal		Rp 14,781,528.10		Rp 14,781,528.10
05/06/2020	Ibnu Hajar		Rp 900,600.00		Rp 15,682,128.10
16/06/2020	Biaya Administrasi			Rp 5,500.00	Rp 15,676,628.10
17/06/2020	Badawi		Rp 175,000.00		Rp 15,851,628.10
18/06/2020	Hamba Allah		Rp 100,000.00		Rp 15,951,628.10
27/06/2020	Mashum Maarif		Rp 120,000.00		Rp 16,071,628.10
30/06/2020	Bagian Amil dari Zakat			Rp 161,950.00	Rp 15,909,678.10
<b>Total Bulan</b>			<b>Rp 1,295,600.00</b>	<b>Rp 167,450.00</b>	<b>Rp 15,909,678.10</b>

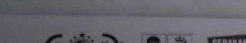
Pati, 30 Juni 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiqul Anam, S.E.**  
 Bendahara

Disetujui Oleh :   
**Muhammad Niam Sutaman, I.L.M.**  
 Ketua Lazisnu

  
**Khoirun Niam**  
 Sekretaris Lazisnu

## Bulan Juli

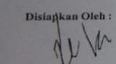

**NU CARE - LAZISNU  
KABUPATEN PATI**  
Sekretariat: Jl. Dr. Suastanto No. 4 Pati  
Telp: (0299) 361803 Pati email: nuicarepati@gmail.com  
Hotline: 08129866226 / 08029051226


**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 31 JULI 2020**


Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/07/2020	Saldo Awal		Rp 15,909,678.10		Rp 15,909,678.10
06/07/2020	Biaya Administrasi BSM			Rp 10,000.00	Rp 15,899,678.10
07/07/2020	Ibnu Hajar		Rp 1,000,000.00		Rp 16,899,678.10
11/07/2020	Ahmad Khoirun		Rp 250,000.00		Rp 17,149,678.10
15/07/2020	Bunga Rekening		Rp 1,801.00		Rp 17,151,479.10
16/07/2020	Pajak Bunga Simpanan			Rp 360.00	Rp 17,151,119.10
16/07/2020	Biaya Administrasi BIRI			Rp 5,500.00	Rp 17,145,619.10
31/07/2020	Bagi Hasil atau Bonus		Rp 1,845.86		Rp 17,147,464.96
31/07/2020	Bagian Amil dari Zakat			Rp 156,250.00	Rp 16,991,214.96
<b>Total bulan</b>			<b>Rp 1,253,646.86</b>	<b>Rp 172,110.00</b>	<b>Rp 16,991,214.96</b>


Pati, 31 Juli 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiqul Anam, S.E.**  
 Bendahara

Disetujui Oleh :   
**Muhammad Niam Sutaman, I.L.M.**  
 Ketua Lazisnu

  
**Khoirun Niam**  
 Sekretaris Lazisnu

## Bulan Agustus



**NU CARE - LAZISNU**  
**KABUPATEN PATI**  
 Sekretariat: Jl. Dr. Suwanto No. 4 Pati  
 Telp: (0291) 381883 Pati email: nuacarepati@gmail.com  
 Hotline: 08129866622 / 08529051224


**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 31 AGUSTUS 2020**


Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/08/2020	Saldo Awal		Rp 16,991,214.96		Rp 16,991,214.96
11/08/2020	Zakat Profesi Bapak Ibu Hajar		Rp 1,500,000.00		Rp 18,491,214.96
11/08/2020	Zakat Profesi Bapak Ibu Hajar		Rp 500,000.00		Rp 18,991,214.96
15/08/2020	Bunga Rekening BRI		Rp 4,071.00		Rp 18,995,285.96
16/08/2020	Pajak			Rp 445.20	Rp 18,994,840.76
16/08/2020	Biaya Administrasi			Rp 15,500.00	Rp 18,979,340.76
31/08/2020	Bagian Amil dari Zakat			Rp 250,000.00	Rp 18,729,340.76
<b>Total Bulan</b>			<b>Rp 2,004,071.00</b>	<b>Rp 265,945.20</b>	<b>Rp 18,729,340.76</b>


Pati, 31 AGUSTUS 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiqul Anam, S.F.**  
Bendahara

Disetujui Oleh :   
**Mhhammad Niam Sutaman, I.L.M.**  
Ketua Lazisnu

  
**Khoirun Niam**  
Sekretaris Lazisnu

## Bulan September



**NU CARE - LAZISNU**  
**KABUPATEN PATI**  
 Sekretariat: Jl. Dr. Suwanto No. 4 Pati  
 Telp: (0291) 381883 Pati email: nuacarepati@gmail.com  
 Hotline: 08129866622 / 08529051224


**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 30 September 2020**


Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/09/2020	Saldo Awal		Rp 18,729,340.76		Rp 18,729,340.76
11/09/2020	Zakat Profesi Bapak Ibu Hajar		Rp 970,000.00		Rp 19,699,340.76
15/09/2020	Bunga Rekening BRI		Rp 2,807.00		Rp 19,702,147.76
16/09/2020	Pajak			Rp 561.00	Rp 19,701,586.76
16/09/2020	Biaya Administrasi			Rp 15,500.00	Rp 19,686,086.76
31-09-2020	Bagian Amil dari Zakat			Rp 121,600.88	Rp 19,564,485.89
<b>Total Bulan</b>			<b>Rp 972,807.00</b>	<b>Rp 137,661.88</b>	<b>Rp 19,564,485.89</b>


Pati, 31 September 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiqul Anam, S.F.**  
Bendahara

Disetujui Oleh :   
**Mhhammad Niam Sutaman, I.L.M.**  
Ketua Lazisnu

  
**Khoirun Niam**  
Sekretaris Lazisnu

## Bulan Oktober



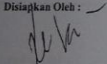
**NU CARE - LAZISNU**  
**KABUPATEN PATI**  
 Sekretaris: B. Dr. Susanto No. 4 Pati  
 Telp (0291) 381803 Pati email: nuicarepati@gmail.com  
 Hotline: 08129866226 / 085290512240


**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 31 OKTOBER 2020**



Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/10/2020	Saldo Awal		Rp 17,909,070.89		Rp 17,909,070.89
05/10/2020	Zakat Profesi Bapak Ibnu Hajar		Rp 1,260,000.00		Rp 19,169,070.89
06/10/2020	Biaya Administrasi Mandiri BSM			Rp 10,000.00	Rp 19,159,070.89
15/10/2020	Pajak			Rp 609.00	Rp 19,158,461.89
15/10/2020	Bunga Rekening BRI		Rp 3,046.00		Rp 19,161,507.89
16/10/2020	Biaya Administrasi			Rp 5,500.00	Rp 19,156,007.89
21/10/2020	Bingkisan Santri			Rp 750,000.00	Rp 18,406,007.89
31/10/2020	Bagi hasil/Bonus BSM		Rp 1,887.00		Rp 18,407,894.89
31/10/2020	Bagian Amil dari Zakat			Rp 157,500.00	Rp 18,250,394.89
<b>Total Bulan</b>			<b>Rp 1,264,933.00</b>	<b>Rp 923,609.00</b>	<b>Rp 18,250,394.89</b>

Pati, 31 Oktober 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiqul Anam, S.E.**  
Bendahara

Ditelaui Oleh :   
**Muhammad Niam Sutaman, I.LM**  
Ketua Lazisnu

  
  
**Khoirun Niam**  
Sekretaris Lazisnu

## Bulan November



**NU CARE- LAZISNU**  
**KABUPATEN PATI**  
 Sekretaris: B. Dr. Susanto No. 4 Pati  
 Telp (0291) 381803 Pati email: nuicarepati@gmail.com  
 Hotline: 08129866226 / 085290512240

**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 30 November 2020**

Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	CoA Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/11/2020	Saldo Awal		Rp 18,250,394.89		Rp 18,250,394.89
05/11/2020	Ibnu Hajar		Rp 2,000,000.00		Rp 20,250,394.89
06/11/2020	Biaya Administrasi			Rp 10,000.00	Rp 20,240,394.89
15/11/2020	Bunga Rekening		Rp 3,595.00		Rp 20,243,989.89
15/11/2020	Pajak			Rp 719.00	Rp 20,243,270.89
16/11/2020	Biaya Administrasi			Rp 5,500.00	Rp 20,237,770.89
30/11/2020	Bagi Hasil atau Bonus		Rp 1,958.43		Rp 20,239,729.32
30/11/2020	Bagian Amil dari Zakat			Rp 250,000.00	Rp 19,989,729.32
<b>Total Bulan</b>			<b>Rp 2,005,553.43</b>	<b>Rp 266,219.00</b>	<b>Rp 19,989,729.32</b>


Pati, 30 November 2020

Disiapkan Oleh :   
**Taufiqul Anam, S.E.**  
Bendahara


Ditelaui Oleh :   
**Muhammad Niam Sutaman, I.LM**  
Ketua Lazisnu

  
  
**Khoirun Niam**  
Sekretaris Lazisnu

## Bulan Desember



NU CARE-LAZISNU  
REP. NO. 101/2017



BERAKAN  
BU BERSABAT  
BERKARU  
UMAT

**NU CARE- LAZISNU**  
**KABUPATEN PATI**  
Sekretariat Jl. Dr. Susanto No. 4 Pati  
Telp (0295) 381803 Pati email: nuicarepati@gmail.com  
Hotline: 081298666226 / 085290912240

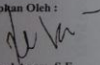
**BUKU PEMBANTU ZAKAT LAZISNU PATI PERIODE 1 - 31 DESEMBER 2020**

Nama Organisasi : NU CARE - LAZISNU PATI  
Mata Uang : IDR

Date	Description	Co/A Code	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
01/12/2020	Saldo Awal		Rp 19,989,729.32		Rp 19,989,729.32
07/12/2020	IBNU HAJAR (Zakat Profesi)		Rp 1,500,000.00		Rp 21,489,729.32
11/12/2020	WAGITO (Zakat Profesi)		Rp 2,000,000.00		Rp 23,489,729.32
15/12/2020	Bunga Rekening		Rp 3,099.00		Rp 23,492,828.32
15/12/2020	Pajak			Rp 620.00	Rp 23,492,208.32
16/12/2020	Biaya Administrasi			Rp 5,500.00	Rp 23,486,708.32
18/12/2020	Santunan Yatama			Rp 10,000,000.00	Rp 13,486,708.32
31/12/2020	Bagian Amil (12.5%)			Rp 250,387.38	Rp 13,236,320.94
06 Desember 2020	Biaya Administrasi BSM			Rp 10,000.00	Rp 13,226,320.94
31/12/2020	Bagi Hasil atau Bonus		Rp 1,970.67		Rp 13,228,291.61
	<b>TOTAL</b>		<b>Rp 3,505,069.67</b>	<b>Rp 10,266,507.38</b>	<b>Rp 13,228,291.61</b>



Pati, 30 Desember 2020

Disiapkan Oleh :



**Taufiqul Anam, S.E.**  
Bendahara

Dijetujui Oleh :

**Muhammad Niam Sutaman, FCS**  
Ketua Lazisnu

**Khoirun Niam**  
Sekretaris Lazisnu



## G. Tampilan Website





Gedung PCNU Pati Lantai Bawah, Jl. Dr. Susanto No.4  
Pati, Jawa Tengah 59118.

**Telepon/Whatsapp** : Muhammad Niam:  
081298666226 | Irham Sodik: 085290512240 | Taufiqul  
Anam : 08122906547

**REKENING INFAQ**

LAZISNU PATI INFAQ. MANDIRI SYARIAH: 7926-02-  
0182

LAZISNU PATI QQ INFAQ BRI: 0066-01-024733-53-6

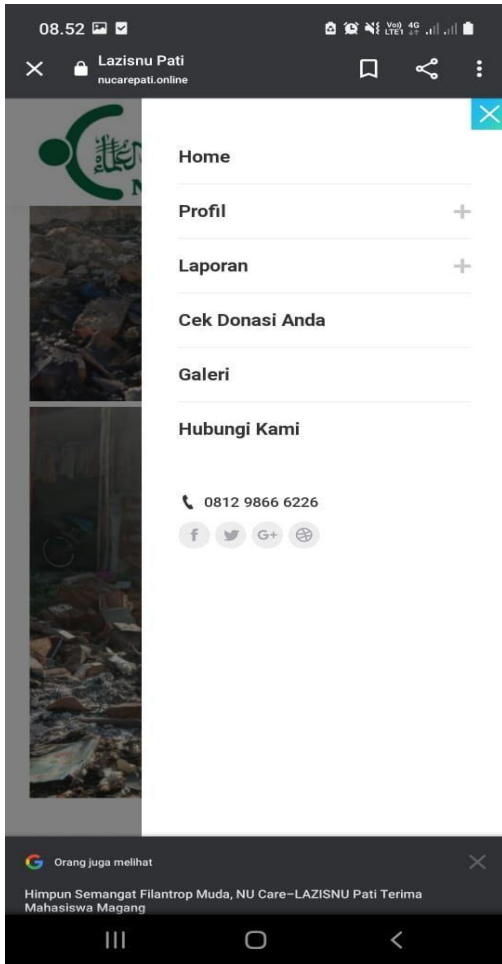
**REKENING ZAKAT**

LAZISNU PATI ZAKAT. MANDIRI SYARIAH: 7926-02-  
0198

LAZISNU PATI QQ ZAKAT BRI: 0066-01-024732-53-0

**Email:** nucarepati@gmail.com







### BANTU BU FITRI YANG RUMAHNYA TERBAKAR

Bagaikan sudah jatuh masih tertimpa tangga. Itulah yang dialami Ibu Fitri beserta anaknya. Setelah 7 hari suaminya meninggal 8 bulan yang lalu, ibu Fitri sering sakit-sakitan sampai hari ini. Dan tidak ada yang pernah menyangka kemarin hari Kamis, 9 September 2021, pukul. 16,00 ibu Fitri mendapatkan lagi musibah rumah kecil sederhana untuk berlindung bersama anak-anaknya terbakar habis, di lalap si jago merah. Perasaan beliau dan keluarga bertambah sangat sedih dan penuh harap.

Saat ini ibu Fitri dan kedua putrinya tidak punya tempat tinggal karena rumahnya yang habis terbakar, seisi rumahnya dokumen penting semua lenyap hanya pakaian yang melekat di tubuhnya satu-satunya yang



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Tofani Erik Dewangga

Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 17 Desember 1998

Alamat : Kayen, Rt.01 Rw.04 Desa Kayen, Kecamatan Kayen, Kabupaten Pati.

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Email : Erik.wagu@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. TK Aisyah Kayen
2. SD Negri 01 Kayen
3. SMP Negri 02 Kayen
4. SMA Muhammadiyah 03 Kayen