



STRATEGI KOMUNIKASI LAZGIS DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA CENKONG, KECAMATAN PURWASARI, KABUPATEN KARAWANG

Ismanto^{1✉}, Muhammad N. Abdurrazaq²

^{1,2}Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

E-mail: m.ismanto.192@gmail.com^{1✉}, kholis @iai-alzaytun.ac.id²

Abstrak

Artikel ini mengkaji tentang Strategi Komunikasi LAZGIS dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Cengkong, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan program-program yang dikembangkan oleh LAZGIS. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, penelitian lapangan yang dideskripsikan dengan kata-kata dan bahasa yang mendalam (bukan dengan statistik/angka-angka) didapat dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menggambarkan strategi komunikasi LAZGIS dalam memberdayakan masyarakat Desa Cengkong, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat ialah LAZGIS merencanakan dan melaksanakan berbagai program kerjanya dengan terjun langsung ke masyarakat melakukan sosialisai program, pembimbingan, penyuluhan dan pelatihan, baik di lingkungan masyarakat itu sendiri dan membina masyarakat di tempatnya. Diterima program – programnya dalam pemberdayaan masyarakat Desa Cengkong, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, adalah karena faktor kedisiplinan, serius mengkawal program, humanis dan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat. Tercermin dari tanggapan masyarakat yang menilai positif, senang dan bersyukur dengan keberadaan LAZGIS di desa mereka.

Kata Kunci: *Strategi, Komunikasi, Zakat, Masyarakat*

Abstract

This article examines the LAZGIS Communication Strategy in Community Empowerment in Cengkong Village, Purwasari District, Karawang Regency, West Java and what factors influence the acceptance of programs developed by LAZGIS. The research method used is a qualitative descriptive method, field research which is described using in-depth words and language (not statistics/numbers) obtained by collecting data through observation, interviews and documentation. The results of this research illustrate LAZGIS' communication strategy in empowering the community of Cengkong Village, Purwasari District, Karawang Regency, West Java, namely that LAZGIS plans and implements various work programs by going directly to the community to carry out program outreach, mentoring, counseling and training, both within the community itself. and fostering society in its place. The acceptance of the programs in empowering the community of Cengkong Village, Purwasari District, Karawang Regency, West Java, was due to factors of discipline, seriousness in overseeing the program, humanism and high trust from the community. This is reflected in the community's response, which is positive, happy and grateful for the presence of LAZGIS in their village.

Keywords: *Strategy, Communication, Zakat, Society*

PENDAHULUAN

Pengembangan masyarakat pada hakikatnya adalah sebuah proses. Untuk mengevaluasi proyek pengembangan masyarakat, kita harus melihat prosesnya, dan ketika merencanakan dan melaksanakan program pengembangan masyarakat, kita harus selalu melihat prosesnya, bukan hanya hasilnya. Mengenai pengembangan masyarakat berdasarkan pengembangan individu masing-masing masyarakat yang dilakukan oleh Gema Institute Indonesia Sejahtera Amil Zakat (LAZ GIS). Di zaman modern dan globalisasi saat ini, pertumbuhan di setiap lapisan kategori kehidupan terjadi sangat pesat baik dalam lingkup industri maupun organisasi. Kemajuan di tiap aspek kehidupan mulai dari teknologi, pengetahuan dan informasi serta transportasi yang mempengaruhi pada semakin mudahnya akses masyarakat dengan adanya kemajuan tersebut. Setiap individu dan setiap kelompok yang membutuhkan. Setiap individu dan kelompok mempunyai kebebasan untuk mengumpulkan informasi yang berguna untuk mendukung aktivitas organisasinya dan bersaing secara ketat untuk meningkatkan nilai bisnis, organisasi atau organisasi sosial lainnya.

Dalam kondisi persaingan yang dinamis saat ini, setiap organisasi dan lembaga sosial berusaha menentukan daya saingnya untuk menjamin pertumbuhan dan perkembangannya. Memusatkan perhatian setiap organisasi merupakan salah satu cara untuk menjadi lebih dapat dipercaya dalam menghadapi persaingan. Hal terpenting dalam operasional adalah komunikasi. Komunikasi intraorganisasi atau komunikasi antara suatu organisasi, organisasi sosial dengan masyarakat sekitar, komunikasi yang terjadi secara baik dan lancar akan berpengaruh pada kemajuan organisasi, organisasi sosial tersebut, dan sebaliknya komunikasi yang terhambat dan tidak berfungsi akan berdampak pada perkembangan organisasi. dari organisasi atau organisasi sosial tersebut. kemajuan organisasi atau lembaga sosial. menghambat kemajuan organisasi. Suatu organisasi atau organisasi sosial harus menjalin hubungan yang erat dengan banyak pihak yang berbeda dengan menggunakan berbagai metode dan kegiatan yang berbeda-beda agar pesan-pesan komunikasi organisasi tersebut akan mempengaruhi terbentuknya sikap-sikap positif bagi organisasi.

Dalam suatu organisasi atau organisasi sosial, strategi komunikasi sangatlah diperlukan. Ketika memecahkan masalah komunikasi, perencanaan komunikasi dihadapkan pada sejumlah masalah, termasuk masalah yang berkaitan dengan penggunaan strategis sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan. menginginkan. Pada hakikatnya organisasi adalah suatu sistem yang menggabungkan bagian-bagian yang saling bergantung. Menurut Riswadi (2009), para ahli memandang organisasi sebagai suatu struktur yang melaksanakan proses pencapaian tujuan yang telah ditentukan, dimana kegiatan dan interaksi antara satu pihak dengan pihak lain dan orang-orang berlangsung secara sistematis. harmonis, dinamis dan aman. Yayasan merupakan suatu badan hukum yang didalamnya terdapat kekayaan yang terpisah-pisah dan memiliki tujuan dalam berbagai bidang termasuk didalamnya yaitu bidang agama, sosial dan kemanusiaan. Dana

dapat membentuk unit usaha yang kegiatannya sesuai dengan maksud dan tujuan dana tersebut. Saat ini sudah banyak organisasi yang didirikan di Indonesia. Begitu pula di wilayah Karawang, Jawa Barat.

Kondisi Desa Cengkong Kecamatan Purwasari Kabupaten Karawang yang mendapat Proyek Pembangunan Desa Cengkong yaitu: Pertama, masyarakat pedesaan dibentuk oleh tatanan sosial yang merasuki kehidupan mereka. Nilai-nilai sosial seperti pertanian, peternakan, dan gotong royong menjadi kerangka desa, dan sebaiknya kita tidak mengabaikan urgensi dan tatanan nilai-nilai tersebut; Kedua, dalam kehidupan sosial Jawa Barat, masyarakat mengalami dualisme ekonomi. Dikotomi antara sektor tradisional dan modern, sektor pertanian dan industri, serta sektor pedesaan dan perkotaan nampaknya menjadi permasalahan yang kompleks dan kompleks. Daerah pedesaan tampaknya tertarik dengan keunggulan perkotaan. Peredaran uang dalam jumlah kecil di pedesaan menunjukkan bahwa ada langkah-langkah antara pedesaan dan perkotaan yang dapat mengubah situasi ini; Ketiga, di daerah pedesaan seringkali terdapat model hubungan masyarakat yang terstruktur cukup ketat. Hubungan antara bos dan pelanggan atau antara bos dan pandega mempunyai akar yang kuat dan menjadi ciri kehidupan masyarakat pedesaan. Institusi-institusi sosial seperti ini tidak dapat dengan mudah dihapuskan

Dalam penelitian ini, penulis mengkaji data penelitian terdahulu untuk membandingkan kelebihan dan kekurangan penelitian guna memberikan landasan epistemologis terhadap pengetahuan teoritis yang ada tentang topik penelitian. Pertama, menurut penelitian yang dilakukan oleh Yovita Rafu pada tahun 2019, penelitian tentang “Strategi Komunikasi Pemberdayaan Anak Jalanan (Penelitian Deskriptif Kualitatif Melalui Program Kegiatan Belajar Mengajar di Rumah. Anak Mandiri ke Yogyakarta)” menunjukkan pemberdayaan anak jalanan sebagai salah satu jenis pemberdayaan anak jalanan. Anak-anak jalanan memiliki nasib berbeda dengan anak-anak lain pada umumnya, mereka berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup serta berjuang dan bertahan di jalanan (Rafu, 2019).

Kedua, pada tahun 2019, Arifatul Hazrati melakukan penelitian tentang “Analisis Sistem Pengelolaan Zakat Sebagai Pendapatan Berasal Daerah (PAD) di Baitul Mal Kota Banda Aceh”. Hasil penelitian menunjukkan persepsi Baitul Mal dalam menentukan zakat sebagai PAD menyimpulkan bahwa zakat sebagai PAD dalam pelaksanaannya mempunyai kelebihan dan kekurangan, namun kebijakan ini merupakan ketentuan hukum wajib yang harus dilaksanakan. Ketiga, Megawati melakukan penelitian pada tahun 2019 tentang “Peranan Dana Zakat yang Efektif dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahik di Baitul Mal Kabupaten Pidie”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan dana zakat yang efektif di Baitul Mal Kabupaten Pidie berpotensi memberikan dampak yang lebih baik terhadap perekonomian Mustahik. Dan berdampak pada penguatan perekonomian mustahik setelah menerima modal produktif zakat melalui akad qarhul hasan (pinjaman kebajikan) tanpa harus membayar kembali sejumlah pinjaman tambahan. Usulan pelaksanaan dana produksi zakat di Baitul Mal Kabupaten Pidie justru kurang efektif

karena kurangnya sumber daya manusia (SDM) dalam proses pengalokasian dana produksi zakat (Megawati, 2019).

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, artinya semua data yang dikumpulkan dari lapangan akan dibahas secara jelas dan rinci. Mat Panjang (2014:4) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif adalah “suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa perkataan atau pernyataan orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini menyikapi konteks dan individu secara holistik atau holistik. Oleh karena itu, dalam penelitian ini disarankan untuk tidak mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis tetapi mempertimbangkannya sebagai bagian dari keseluruhan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik pengambilan sampel deskriptif dan penggunaan purposive. Penelitian kualitatif sangat cocok jika bertujuan untuk memahami makna mendasar dari perilaku manusia. penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menggambarkan variabel-variabel tertentu yang berkaitan dengan masalah dan unit penelitian (Purnama, 2016:42).

Sumber data primer yang digunakan adalah data atau informasi yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumen yang dilakukan terhadap masyarakat Cengkong, sedangkan sumber data sekunder yang dikumpulkan mencakup banyak data lain secara bersama-sama. Bahan tertulisnya bermacam-macam, bisa berupa dokumen, hasil wawancara masyarakat, gambar/foto, dan karya referensi. Pada tahap pengumpulan data, peneliti menggunakan wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan verifikasi/penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi

Jika strategi komunikasi diartikan menurut definisi para ahli tentu ada banyak, namun kenyataannya strategi tersebut tidak sederhana yang banyak orang definisikan melalui definisi tertulis. Dari praktik komunikasi tertentu yang dikembangkan dan dilaksanakan oleh komunikator, strategi praktis tertentu dapat dianalisis dan dipelajari secara praktis. Misalnya, seseorang mungkin mencoba untuk menunjukkan fakta dan kesalahan tertentu dalam kinerja aktivitas sehari-hari mengenai seberapa besar harapan dan realitas yang terjadi (Suryadi, 2018: 6).

Oleh karena itu, makna strategi komunikasi akan dikaitkan dengan kepraktisan tentang apa dan bagaimana seluruh kegiatan yang dilakukan dapat efektif dalam mewujudkan ide dan pemikiran, serta metode yang sebelumnya diketahui dan dipahami oleh para pelaku media. Ada banyak pendekatan mengenai makna strategi komunikasi dalam arti luas dan kiasan yang dapat kita lihat dan bedakan setiap hari. Demikian pula dapat dipahami bahwa strategi komunikasi yang berkaitan dengan masalah komunikasi dan manajemen organisasi ini dilaksanakan atas dasar fungsi manajemen individu atau

lembaga atau organisasi tertentu. Mungkin. Intinya, pentingnya rencana yang dilaksanakan dengan baik dalam konteks kehidupan pribadi masyarakat secara umum dapat dianggap sebagai strategi komunikasi. Untuk apa ? Mengingat arti kata “komunikasi”, tentunya individu melakukan proses komunikasi dengan lingkungannya, dengan individu tersebut dan dengan cara, alat atau media lain. Inilah yang dibutuhkan seseorang agar berhasil menyelesaikan proses komunikasi. Yang dimaksud dengan strategi adalah “cara-cara operasi, interaksi, kegiatan, arah dan jalur yang ditempuh untuk dapat mencapai tujuan dan maksudnya” (Suryadi, 2018: 7).

Dalam konteks formal yang direncanakan secara institusional, implementasi program komunikasi strategis yang bermakna bisa dirasakan serta dimanfaatkan, dan memungkinkan untuk diterapkan sebagai panduan bagi orang lain. Lalu pihak lain menganggapnya cocok dan dapat disesuaikan dengan lingkungan manajemen dan organisasi, suasana dan pendekatan terhadap kegiatan dan program kerja sehingga hasilnya sama yaitu dapat mencapai tujuan. Dari kondisi tersebut dapat ditegaskan bahwa makna strategi komunikasi sangatlah luas bagi semua penelitian yang berkaitan dengan kegiatan individu, kolektif, dan organisasi, yang kesemuanya mempunyai orientasi, kegiatan dan sasaran. Dalam batas tertentu, strategi komunikasi dapat dipahami sebagai kondisi kesesuaian antara harapan dan kenyataan dalam konteks komunikasi antara manusia dan lingkungan yaitu konteks komunikasi antara manusia, lingkungan dan media untuk mencapai tujuan hidupnya (Suryadi, 2018: 7).

Istilah kognisi sering digunakan dalam bidang psikologi, kognisi merupakan proses di mana individu menafsirkan, mengatur, dan memberi makna terhadap rangsangan yang berasal dari lingkungan di mana individu tersebut menemukan dirinya dan yang dihasilkan dari pembelajaran dan pengalaman. Strategi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, mempunyai beberapa ciri. Menurut Jauch dan Glueck keadaannya sebagai berikut (Amirullah, 2015:175): a) Menjajaki dan menyatukan departemen-departemen dalam organisasi dan perusahaan; b) Kompleks, komprehensif, mencakup seluruh aspek organisasi dan bisnis; c) Integrasi, dimana semua strategi akan relevan di semua tingkatan. Strategi dalam implementasinya juga erat kaitannya dengan manajemen, sehingga manfaat strategi dan manfaat manajemen saling bergantung satu sama lain. Menurut Greenley, bisnis mendapatkan beberapa manfaat dari manajemen strategis, seperti (Arni, 2004: 65): a) Manajemen strategis membantu mengidentifikasi, menetapkan prioritas dan memanfaatkan peluang yang ada; b) Dapat memberikan pandangan obyektif terhadap permasalahan pengelolaan; (c) Mencerminkan kerangka kerja untuk kegiatan koordinasi dan pemantauan yang lebih baik; d) Manajemen strategis dapat meminimalkan konsekuensi dari kondisi dan perubahan yang merugikan; (e) Manajemen strategis memungkinkan pengambilan keputusan penting untuk lebih mendukung tujuan yang telah ditetapkan; f) Manajemen strategis memungkinkan alokasi waktu dan sumber daya yang lebih efektif untuk memaksimalkan peluang yang teridentifikasi; (g) Memungkinkan pengalokasian sumber daya yang tersedia dan lebih sedikit waktu yang dihabiskan untuk memperbaiki keputusan yang salah atau tidak direncanakan dengan baik; (h) Kerangka komunikasi

internal dengan karyawan dapat dibuat; (i) Dapat membantu mengintegrasikan perilaku masing-masing individu ke dalam upaya bersama; j) Manajemen strategis dapat menjadi dasar untuk memperjelas tanggung jawab individu; k) Manajemen strategis dapat mendorong pemikiran mengenai masa depan; l) Manajemen strategis yang mampu memberikan pendekatan kolaboratif, terpadu dan antusias dalam memecahkan masalah dan peluang; (m) Dapat mendorong terciptanya sikap positif terhadap perubahan; (n) Manajemen strategis dapat membawa tingkat disiplin dan etika dalam manajemen bisnis.

Sebenarnya strategi mempunyai beberapa model strategis, dimana Chafee menguraikan tiga model strategis yaitu (Wijayanti, 2012: 62): (a) Strategi linier, strategi ini menitikberatkan pada pemimpin organisasi atau rencana bisnis bagaimana mereka akan bersaing dengan pesaing untuk mencapai tujuan organisasi; (b) Strategi adaptasi, pada strategi ini faktor kelembagaan atau organisasi yang berubah, secara proaktif atau reaktif, untuk menyesuaikan dengan preferensi konsumen; (c) Strategi interaktif, di mana perwakilan organisasi mengkomunikasikan pemahamannya untuk memotivasi pihak-pihak yang terlibat dalam organisasi. Ketiga model model strategi diatas mempunyai tujuan yaitu agar tercapainya tujuan yang diinginkan dan berfungsi sebagaimana mestinya.

Komunikasi

Everett M. Rogers percaya bahwasanya komunikasi yaitu sebuah tatacara sebuah ide ditransmisikan dari satu sumber ke satu penerima atau lebih penerima dengan tujuan untuk mengubah perilaku. Pengertian diatas menekankan bahwa dalam komunikasi terjadi proses penyampaian (pemrosesan) ide, konsep, simbol dan partisipasi orang lain dalam proses tersebut (Nurudin, 2016: 26). Jenis-jenis komunikasi antara lain (a) komunikasi verbal, yaitu komunikasi antar individu atau kelompok dengan menggunakan bahasa sebagai alat komunikasinya. Bahasa itu sendiri. Menurut Larry L. Barker, ia mempunyai tiga fungsi, yaitu penamaan, interaksi, dan transmisi informasi (Daryanto, 2011: 101); (b) Komunikasi nonverbal adalah suatu proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu ketika menyampaikan isyarat-isyarat nonverbal yang mampu merangsang kemampuan berpikir individu tersebut.

Menurut L. Knapp, fungsi komunikasi nonverbal ada lima, yaitu (Daryanto, 2011:105): (1) Mengulangi gagasan yang disampaikan secara lisan, misalnya penolakan dengan menggelengkan kepala; (2) Ganti, ganti simbol dengan kata-kata. Misalnya, untuk menunjukkan persetujuan, Anda bisa mengangguk; (3) Sebaliknya menyanggah pesan lisan atau mempunyai makna yang berbeda dengan pesan lisan. Misalnya, pujilah pekerjaan teman dengan senyuman; (4) Melengkapi, melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, ekspresi wajah menyampaikan tingkat penderitaan yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata; (5) Menekankan dan menggarisbawahi pesan verbal. Misalnya, Anda mengungkapkan kekesalan Anda dengan menggedor meja. Pesan komunikasi akan mengarahkan kepada tujuan komunikasi, ini dari pesan komunikasi meliputi isi pesan dan simbol yang meliputi warna, gerak tubuh, bahasa, gambar dan

lainnya. Hal tersebut berpengaruh terhadap penentuan teknik komunikasi yang akan diambil, apakah menggunakan teknik informasional, teknik persuasif atau teknik pedagogi.

Bahasa merupakan simbol yang paling banyak digunakan dalam komunikasi karena dapat mengungkapkan pikiran, perasaan, peristiwa, pendapat, pengalaman masa lalu, dan aktivitas masa depan secara realistis dan abstrak. Oleh karena itu bahasa memegang peranan penting dalam komunikasi. Jika tidak menguasai bahasa, hasil berpikir betapapun baiknya tidak dapat tersampaikan dengan baik kepada orang lain (Rafu, 2019: 17).

Peran Komunikator dalam Komunikasi

Terdapat faktor-faktor penting dalam diri seorang komunikator ketika berkomunikasi, yaitu: daya tarik dan sumber terpercaya (Rafu, 2019: 19); (a) Dengan melibatkan sumber, komunikator akan berhasil berkomunikasi; akan mampu mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikator melalui mekanisme tarik-menarik, jika komunikator merasa turut serta bersamanya. Dengan kata lain, komunikator merasa ada kesamaan antara komunikator dengan dirinya, sehingga komunikator bersedia mengikuti dengan cermat isi pesan yang disampaikan komunikator; (b) Sumber terpercaya. Faktor kedua yang dapat menunjang keberhasilan komunikasi adalah kepercayaan lawan bicara terhadap komunikator. Keyakinan ini banyak kaitannya dengan profesi atau keterampilan yang dimiliki komunikator. Seorang dokter akan bertambah percaya diri bila ia menjelaskan permasalahan kesehatannya. Berdasarkan kedua faktor tersebut, komunikator harus menunjukkan empati dalam menghadapi komunikator. Dengan kata lain, Anda bisa merasakan apa yang dirasakan orang lain. Komunikator harus menunjukkan empati ketika berkomunikasi dengan komunikator yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, frustrasi, dan lain-lain. (Rafu, 2019:19).

Pemberdayaan Masyarakat dan Komunikasi Interpersonal

Pemberdayaan masyarakat merupakan arah kebijakan program yang sangat penting untuk mengatasi keterlambatan. Perjuangan melawan keterbelakangan sosial bertujuan untuk memastikan bahwa individu dapat mengakses kualitas hidup yang lebih baik di berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan, perlindungan sosial dan lain-lain. Upaya mencapai tujuan tersebut memerlukan program respon cepat yang benar-benar dapat merespon kebutuhan masyarakat. Pemerintah mewujudkan tujuan tersebut dengan memberikan dana stimulus melalui program yang tergolong Program Penanggulangan Kemiskinan, yang memberikan dana yang tergolong dana Bantuan Masyarakat Langsung (BLM). Dukungan ini bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan dan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan. Pengentasan kemiskinan di masyarakat melalui pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri tahun 2007 di Palu, Sulawesi Tengah oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Dalam pelaksanaannya, program pemberdayaan masyarakat melalui PNPM Mandiri membawa harapan bagi keberlangsungan masyarakat khususnya masyarakat miskin dengan mendapat dukungan finansial melalui Dana Efisiensi Ekonomi (Indrajit, 2014: 6).

Prinsip membantu orang yang berada dalam keadaan sulit untuk tumbuh, berkembang dan maju baik secara material maupun spiritual dalam kehidupan. Menurut para ahli pekerja sosial pekerjaan ini (Suharto, 2010: 57): a) Prinsip membantu orang lain adalah membantu diri sendiri (helping other is helpself); (b) Hak untuk menentukan nasib sendiri; c) Bekerja bersama masyarakat (working with the people) dan tidak bekerja untuk masyarakat (working for the people); (d) Menunjukkan seberapa kuat komitmen pekerjaan sosial terhadap pemberdayaan masyarakat. Sebagaimana digambarkan oleh Edi Suharto, pemberdayaan mengacu pada kemampuan dasar yang dimiliki seseorang untuk kemudian dibantu untuk memperoleh kekuasaan atau kemampuan tersebut (Suharto, 2010: -58): (a) Menyelesaikan pengembangan keterampilan dasar mereka. kemampuan. kebutuhan untuk bebas (freedom); b) Mengakses sumber-sumber produktif untuk mendapatkan barang dan jasa yang mereka perlukan; (c) Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan yang mempengaruhinya.

Pemberdayaan mengandung pengertian pemberdayaan, pemberdayaan dan kesimpulan akhirnya adalah pembangunan masyarakat untuk mencapai enam tujuan yaitu (Padangaran, 2011: tiga puluh satu): a) Memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, termasuk kebutuhan konsumsi dan kebutuhan produksi dunia usaha; b) Meningkatkan kesadaran, pengetahuan dan partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan pembangunan; (c) Meningkatkan kesadaran masyarakat akan tanggung jawabnya terhadap hasil-hasil pembangunan; d) Mengembangkan kapasitas masyarakat untuk pengembangan diri; e) Pembangunan dan pemeliharaan sarana dan prasarana di kawasan; f) Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Zakat secara etimologi berarti suci, bertambah, berkah, terpuji dan bertambah. Secara terminologi, zakat adalah sejumlah harta yang diwajibkan Allah untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya. Menurut Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1998 tentang Pengelolaan Zakat, zakat diartikan sebagai “harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan milik umat Islam menurut aturan agama untuk diberikan kepada mereka yang berhak ambillah” (Hazrati, 2019: 11). Dalam Konstitusi Zakat memperbolehkan Zakat beroperasi di organisasi dengan UU Nomor 23 Tahun 2021.

Menurut Hazrati (2019), jenis-jenis zakat antara lain: (a) Zakat Nafs (jiwa), disebut juga zakat fitrah, adalah zakat untuk menyucikan diri (jiwa), diberikan dan dibagikan kepada orang-orang yang mempunyai hak selama bulan tersebut. Ramadan. sebelum Syawal pertama (Idul Fitri); (b) Zakat Mal (harta), adalah zakat yang dikeluarkan untuk mensucikan suatu harta apabila harta tersebut telah memenuhi syarat-syarat wajib zakat. Zakat mal terbagi menjadi beberapa jenis tergantung dari jenis harta yang dimiliki.

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pada Pasal 4 ayat 2 khususnya tentang harta benda yang dikenakan zakat (Hazrati, 2019: 20-23):

1. Emas dan Perak. Emas dan perak dianggap sebagai benda berharga di masyarakat. Emas dan perak yang dimiliki seseorang ketika mencapai nishab dikenakan pajak zakat. Selain itu, emas dan perak digunakan sebagai standar untuk menentukan jumlah yang

- harus dibayarkan sebagai zakat. Zakat yang terhutang atas kepemilikan emas dan perak harus dikeluarkan zakatnya 2,5 % perak;
2. Uang dan barang berharga lainnya. Uang kertas atau koin merupakan uang yang dapat menggantikan emas dan perak. Cek adalah perjanjian tertulis mengenai sejumlah uang yang terutang oleh pemegangnya pada tanggal tertentu yang setara dengan manfaat tertentu, sedangkan saham ibarat obligasi jenis tertentu. Nisab zakat perak dan surat berharga lainnya sama dengan zakat emas dan perak yaitu 2,5%.
 3. Bisnis. Perusahaan menerima zakat ketika target tercapai. Zakat Komersial adalah kekayaan yang diperoleh melalui perdagangan (Hasan, 2006). Nisab profesi atau komersial menerima zakat ketika mencapai nilai nisab 93,6 gram dan zakat 2,5%; d) Pertanian. Zakat hasil pertanian mengacu pada tanaman yang tumbuh dari dalam tanah, terutama tanaman yang mengandung bahan pangan yang dapat disimpan dan ditanam oleh manusia, misalnya (termasuk dalam kelompok biji-bijian), Hinthah (sejenis sereal). gandum), gandum, tembakau, jagung, beras dan sejenisnya; d) Peternakan dan perikanan. Zakat hewan ternak termasuk hewan ternak yang populer di Indonesia seperti sapi (kerbau), kambing (domba/domba), kuda, ayam, ikan dan hewan ternak lainnya. Zakat sapi diberikan untuk 30 ekor sapi, zakat untuk anak sapi jantan atau betina berumur satu tahun, dan zakat untuk 40 ekor sapi, zakat untuk sapi berumur dua tahun. Zakat kambing (domba) mendapat zakat (domba) dan harus mengeluarkan zakat jika jumlahnya sampai 40 ekor. Zakat unggas dan ikan yang dikaitkan dengan nisab zakat hanya berlaku jika unggas dan ikan tersebut hanya digunakan untuk konsumsi atau konsumsi langsung dan tidak memerlukan pembayaran zakat, tetapi jika produksi dan perkembangan ekonomi suatu usaha sudah jelas hasilnya, maka zakat harus diterapkan; (f). Pertambangan. Hasil pertambangan adalah unsur-unsur yang diambil dari perut bumi dengan cara pengeboran dan pemurnian, seperti emas, perak, besi dan hasil lainnya. Menurut mazhab Hambali dan Syafi'i, jika pertambangan tidak memakan energi atau hal lain maka diperlukan seperlima hasil pertambangan. Sedangkan jika penambangan memerlukan tenaga dan biaya yang besar, maka besarnya zakat yang harus dibayarkan adalah $\frac{1}{4}$ atau 2,5%;
 4. Zakat Industri, Zakat Industri adalah zakat yang berasal dari kegiatan industri yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Zakat atas barang-barang tersebut hanya diwajibkan untuk bahan baku saja dan bahan tambahannya tetap sama dengan pembelian awal. Zakat industri dapat dianggap sebagai zakat komersial, maka nisabnya seperti nisab emas seberat 93,6 gram atau 85 gram, maka wajib zakatnya 2,5%; h) Pelayanan pendapatan dan zakat (pekerjaan). Zakat berlaku berdasarkan setiap pekerjaan tertentu atau keahlian profesional, baik yang dilakukan sendiri maupun bekerja sama dengan orang/badan lain, memperoleh penghasilan nisab, nisab penghasilan zakat, dan jasa (pekerjaan). dalam nisab emas 93,6 gram, zakat 2,5%; (i) Rikaz. Berasal dari kata Rakz yang berarti markaz (ditanam), ditanam oleh Tuhan atau makhluk-Nya. Barang siapa yang menemukan barang tersebut maka wajib mengeluarkan zakatnya, berdasarkan bukti mengenai jumlah yang ditarik dari rikaz,

ada sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah bahwa dalam rikaz ia harus membayar 1/5 angka rikaz. zakat.

Tujuan zakat antara lain (Megawati, 2019: 32): a) Meningkatkan taraf hidup masyarakat miskin, membantu mereka keluar dari masalah ekonomi; b) Membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi Gharimin, Ibnu Sabil dan mustahik lainnya; c) Memperluas dan memelihara persaudaraan antara umat Islam dan umat manusia pada umumnya; d) Meminimalisir keserakahan; e) Mensucikan sifat tamak dan nafsu (kecemburuan sosial) dalam hati orang miskin; d) Mengurangi kesenjangan antara kaya dan miskin dalam masyarakat; g) Menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial dalam diri Anda, khususnya terhadap pemilik tanah; h) Mendidik masyarakat agar disiplin menjalankan tugasnya dan menghormati hak orang lain; (i) Untuk mencapai keadilan melalui pemerataan pendapatan.

Tabel 1. Perhitungan Zakat Menurut BAZNAS

No	Jenis Zakat		Nishob	Haul	Kadar	Perhitungan
1	Zakat Profesi	Dikiaskan dengan zakat pertanian	Beras 524 Kg	Setiap bulan	2.5%	Gaji 1 bulan x 2.5%
		Dikiaskan dengan zakat emas/perak	Emas 85 gram	1 tahun (di ta'jil)	2.5%	Gaji 1 bulan x 2.5%
2	Zakat perdagangan		Emas 85 gram	1 tahun	2.5%	(modal + laba + piutang) – (hutang jatuh tempo + kerugian) x 2.5%
3	Zakat emas dan perak		Emas 85 gram Perak 595 gram	1 tahun	2.5%	(emas atau perak yang dimiliki - dipakai) x 2.5%
4	Zakat tabungan		Emas 85 gram	1 tahun	2.5%	(saldo – bagi hasil) x 2.5%
5	Zakat pertanian		Beras 524 Kg	Ketika Panen	a. 10% (air hujan)	a. 10% hasil
					b. 5% pengairan	b. 5% hasil

Strategi komunikasi yang diimplementasikan di Lembaga Amil Zakat Gema Indonesia Sejahtera (LAZGIS), meliputi: (1) Komunikasi Publik, LAZGIS melakukan Komunikasi Publik sepekan dua kali yang dilakukan oleh CEO bersama jajarannya melalui tatap muka (offline) membahas tentang pengembangan LAZGIS berupa motivasi kepada jajarannya, dengan tujuan memberi semangat agar apa yang sudah menjadi visinya berupa menjadi Lembaga Amil Zakat yang amanah dan sangat berperan penting dalam meningkatkan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia. Begitu pula dengan misinya yaitu Syiar Islam untuk meringankan beban hidup anak yatim dan dhuafa. Meningkatkan kualitas kesehatan. Mengurangi jumlah anak putus sekolah. Meningkatkan jumlah lisensi dan kualifikasi personel. Mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Meningkatkan jumlah wirausaha. Membantu korban bencana alam dan musibah. Sehingga menjadikan motivasi dan semangat kepada jajaran LAZGIS untuk turun ke lapangan, memberikan edukasi, motivasi dan paparan program agar dapat mendukung program LAZGIS yang ada di dalam VISI MISI lembaga, dengan harapan dan tujuan ini membuka dan menambah simpatisan atau dukungan dari donatur (Muzakki) kepada LAZGIS, jadi dengan adanya komunikasi yang diberikan CEO kepada jajarannya agar tumbuh dan semangat untuk mewujudkan apa yang sudah menjadi target dan Misi LAZGIS. Komunikasi yang dilakukan secara rutin dalam dua pekan ini, tujuannya untuk menambah daya dukung team LAZGIS terhadap program-programnya, salah satu pembahasannya adalah meningkatkan daya dukung donatur (Muzakki) terhadap LAZGIS; (2) Komunikasi Interpersonal; Para staff LAZGIS setelah berdiskusi dengan CEO dan mendapatkan berbagai informasi, edukasi, motivasi, dan arahan-arahan, mereka berinteraksi langsung dengan masyarakat atau Muzakki untuk membangun hubungan dan komunikasi yang baik kepada para donatur (Muzakki). Alhasil para Muzakki banyak yang merespon dengan baik, terbukti dengan banyaknya Muzakki yang ikut mendukung program LAZGIS, dengan adanya peningkatan pendapatan. Dari mulai LAZGIS pada tahun 2017 dan pendapatan dalam 3 tahun ke belakang terus meningkat, tahun 2020 pendapatan LAZGIS mencapai 21 Milyar, tahun 2021 (22 Milyar) dan tahun 2022 (24 Milyar).

Itulah kiat atau strategi LAZGIS bergerak ke para donatur (Muzaqqi) dengan menggunakan Komunikasi Interpersonal yaitu dengan mendatangi para Muzakki, menyampaikan Visi Misi dan Program LAZGIS. Apa yang dilakukan sangat efektif. Penulis tidak bisa menyebutkan satu per satu nama Donatur (Muzakki) dan dokumentasinya, karena dari beberapa temuan, para donatur hanya minta dengan sebutan "Hamba Allah". Baik pendekatan secara tatap muka (offline) maupun secara daring (online), media Watshapp atau media online lainnya. Salah satu Muzakki yang berinisial A.S., beliau merasa bersyukur dengan adanya Mustahiq utusan LAZGIS, dengan ia diberikan paparan atau penjelasan, baik visi misi atau program kemanusiaan dari LAZGIS, dari penjelasan itu ia dan keluarga tergerak untuk ikut dalam program yang digulirkan LAZGIS, ia ikut dalam setiap programnya, karena ia menilai LAZGIS sangat Amanah dan dapat di percaya. Terbukti dari apa yang dipaparkan dalam programnya wujud nyata adanya, baik dari penyaluran zakat, maupun dalam program pemberdayaan yang dilakukan LAZGIS.

Begitupun ungkapan Muzakki yang berinisial Hj. SL., LAZGIS merupakan lembaga yang menurut ia bagus dan baik, karena ia dan keluarga selalu di berikan informasi yang jelas di setiap programnya, LAZGIS itu lembaga yang Amanah, katanya. Kenapa ia katakana seperti itu, karena apapun programnya, ia dan keluarga diberikan informasi yang jelas dan baik tentang berjalannya kegiatan sesuai yang diinformasikan, sebelum dan sesudah program berjalan selalu di berikan informasi updatenya. Jadi apa yang ia dan keluarga berikan/salurkan, penyalurannya tepat dan Amanah. LAZGIS sangat baik dan Amanah, bahkan ia mereferensikan lembaga ini ke rekan kerja, kerabat majlis ta'lim dan saudaranya untuk ikut dalam penyaluran baik berupa shodakoh maupun zakatnya. Dengan demikian, harta yang ia miliki bersama keluarga dan saudara-saudaranya menjadi bersih dan penuh barokah karena bermanfaat bagi para mustahiq, tepat sasaran untuk mengentaskan kemiskinan dan lain-lain. Sedikit banyaknya apa yang ia dan smereka berikan bermanfaat, berkontribusi kepada negara untuk mengentaskan kemiskinan. Ia sangat terharu dan bangga dengan adanya LAZGIS di daerahnya. Apa yang sudah berjalan terus dikembangkan, maju terus untuk LAZGIS, menjadi Lembaga Amil Zakat yang Amanah dan Terpercaya, pesannya.

Senada dengan kedua Muzakki di atas, seorang Muzakki berinisial H. M.S., mengungkapkan alasan dan motivasinya menunaikan zakat di LAZGIS, sudah berjalan sekira 6 tahun ini ia menunaikan zakatnya dan menyalurkannya melalui LAZGIS sejak awal berdirinya di tahun 2017. Ia secara cermat mengamati keberadaan dan perkembangan lembaga tersebut. Ia mengamati perkembangannya (hasil kerja – wujudnya). Dan juga ia juga melakukan survey ke masyarakat Desa Cengkong, melihat kerja nyata dari LAZGIS. Ternyata memang benar adanya memang Amanah dan dapat dipercaya, dibuktikan dengan banyaknya perkembangan kemajuan desa tersebut. Banyak warga yang terbantuan, seperti bantuan modal peternakan kambing, yang diberikan modal, dibimbing dan dikontrol langsung oleh LAZGIS hal penggunaan dan hasil peternakannya. Hal demikian yang membuat ia yakin dan percaya kepada LAZGIS.

Dan ada juga muzakki yang sangat bersyukur dengan adanya lembaga resmi LAZGIS ialah ibu Hj. YS., pengurus-pengurus LAZGIS orangnya sagat baik, ramah, dan dalam penyampaian program dan doa-doanya sangat menyejukkan jiwa, bahkan kondisi keluarganya, termasuk anaknya kurang baik, anaknya susah diatur. Dengan adanya LAZGIS dan dibuka layanan untuk keluarga dalam bentuk parenting (keluarga Bahagia), Di situ mereka sekeluarga mendapat bimbingan, nasihat dan keilmuan yang menurutnya sangat luar biasa, keluarganya jadi lebih baik, anaknya menjadi mudah diatur, sehingga ia sangat bersyukur, maka ia tidak sayang dalam mengeluarkan zakat dan shodakohnya ke lembaga ini. LAZGIS adalah layanan lembaga yang baik bukan hanya bergerak di bidang layanan zakatnya, tetapi memberikan edukasi, nasihat dan keilmuan, itu yang terpenting baginya dan lembaga lainnya harus bisa menyontoh dan mengikuti apa yang dilakukan oleh LAZGIS.

Selanjutnya, Muzakki pengusaha muda berinisial Tn. EN., beliau donatur tetap dari tahun 2019 pada masa vandemi hingga saat ini (2023) beliau sering memberikan kontribusi

baiknya terhadap LAZGIS. Beliau selalu ikut tampil berperan mendukung program lembaga, baik dari program wakaf pengadaan air bersih untuk kampung duaafa maupun program layanan lainnya. Beliau bersyukur karena LAZGIS selalu memberikan layanan terbaik dan kepuasannya kepadanya dan selalu update baik dalam rancangan program maupun hasil dari yang diprogramkan. Di situ, ia mendapat kepuasan tersendiri, bahkan ia pernah berkunjung di Ponpes GIC (Pondok Pesantren Gema Insan Cendekia) yang ada di Desa Cengkong, Kec. Purwasari, Kab. Karawang, Jawa Barat. Ia menilai, bangunannya megah, tersusun rapih, masyarakatnya sehat dan santri baik yatim atau masarakat umum sangat baik dalam pengayomannya. Di situ, ia merasa yakin, tepat dan Amanah, sehingga hartanya disalurkan ke LAZGIS dengan alasan programnya sangat Logis, Real dan sangat Amanah dapat dipercaya dan bisa dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, ia punya pesan kepada pemerintah, untuk memberi dukungan sepenuhnya kepada lembaga ini (LAZGIS) karena lembaga ini sangat baik dan Amanah di semua program-programnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap program LAZGIS

Tingginya tingkat kemiskinan di Indonesia, khususnya Ds. Cengkong, Kec. Purwasari, Kab. Karawang, Jawa Barat, merupakan salah satu permasalahan yang belum berhasil diatasi oleh pemerintah. Berdasarkan hal itu, LAZGIS membentuk Program Pemberdayaan Mustahik (penerima zakat) di desa tersebut dalam bentuk peternakan kambing untuk pemberdayaan masyarakat. Rata-rata kehidupan desa dengan bertani dan beternak. Mengatasi hal kemiskinan tersebut tersebut, maka LAZGIS memberikan penyuluhan dan pemberdayaan dalam bentuk ternak kambing. Hal ini mempengaruhi faktor keberhasilan LAZGIS dalam mengatasi kemiskinan, terbukti yang dulunya Mustahik (Duafa) berbailik bisa menjadi Muzakki (pemberi zakat), bisa dan biasa menunaikan zakat setiap tahunnya dan ikut berqurban di lebaran haji. Dan Faktor lainnya adalah seperti yang kita ketahui, bahwa di negeri kita terdapat salah satu sektor berpengaruh yang sedang terpuruk, yakni sektor ekonomi. Semenjak masa pandemi COVID-19 saat itu, angka pengangguran dan kemiskinan di Indonesia semakin meningkat dan memprihatinkan. Di situ Lembaga Amil Zakat Gema Indonesia Sejahtera (LAZGIS) bergerak dalam hal perbaikan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat, untuk terus semangat melalui pengelolaan zakat untuk mengentaskan kemiskinan. Melalui pemberdayaan mustahik baik di bidang peternakan atau usaha kecil seperti warung, dan Strategi LAZGIS dalam program itu mengajak para Muzakki untuk ikut dalam setiap program yang digulirkan oleh LAZGIS, tertera pada Qur'an Surat At-Taubah ayat 60: "Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mualaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai sesuatu ketetapan yang diwajibkan Allah dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana" (QS. 9: 60).

Faktor-faktor yang mendukung berjalan dan suksesnya program-program LAZGIS karena didukung oleh peran besar para donatur (Muzakki). Apalah arti sebuah program besar tanpa adanya dukungan dari para pelaku dan objeknya. Dalam hal ini, zakat yang

ditunaikan oleh para Muzakki sebagai Subjek itulah yang disalurkan kepada para Mustahiq (Objek) yang tepat dan dengan pengkawasan dan pengontrolan yang baik pula oleh LAZGIS sebagai Mediator. Suksesnya program-program LAZGIS yang dirancang dan digulirkan, LAZGIS dan team selalu rutin dalam memberikan informasi yang jelas dan detail. Penjelasan yang masuk akal (logis) real dan factual (fakta), programnya meraih kesuksesan. Visi Misi LAZGIS sangat bagus untuk terus dikembangkan disosialiskan, itu yang membuat para muzakki salut dan tidak ke lain hati. Bukan hanya itu, LAZGIS selalu mengadakan program Kesehatan terhadap duaafa seperti cek Kesehatan, donor darah, pemberian paket sembako rutin jumat berkah, santunan rutin di hari kamis malam jum'at, semua itu menjadi daya tarik bagi para donatur (muzakki). LAZGIS berperan aktif dalam program pemerintah, disaat pandemi Covid-19.

LAZGIS ikut serta dalam fasilitator pengadaan tempat vaksinasi, kemudahan bagi masyarakat. Dengan tujuan mendukung program pemerintah atau program Nasional yaitu vaksinasi level 1, 2, dan 3. Dengan demikian, LAZGIS dikatakan lembaga yang Amanah, ini yang membuat para Muzakki tertarik dan siap selalu dalam mendukung program-program yang digulirkan oleh LAZGIS. Seperti halnya slogan LAZGIS "Bersatu Membangun Negri". Dengan slogan ini Lembaga Amil Zakat (LAZ) sangat berperan aktif dalam mendukung dan mensukseskan program pemerintah, baik di bidang kesehatan maupun pengentasan kemiskinan. LAZGIS juga merupakan lembaga yang sudah ter-audit oleh Badan Syari'ah Nasional, dan hasilnya baik dan Amanah, segala penyaluran dana umat digunakan dengan baik. Faktor inilah yang dapat mempengaruhi para donatur (muzakki) untuk terus meningkatkan daya dukung dan menyisihkan sebagian hartanya untuk disalurkan melalui lembaga terpercaya, LAZGIS. Perizinan operasional LAZGIS, operasionalnya tingkat provinsi Jawa Barat. Dalam pengembangannya, LAZGIS mempunyai target untuk izin tingkat nasional agar penyuluhan bisa dikembangkan di seluruh pelosok negri. Tujuan dan kiprah LAZGIS menjadi lembaga Amanah, terpercaya dan banyak memberikan banyak manfaat bagi ummat manusia. LAZGIS mempunyai banyak faktor untuk mendatangkan daya dukung para muzakki maupun intansi-intansi terkait. Karena LAZGIS didirikan untuk kebaikan dan memberi contoh untuk lembaga resmi dan terdepan dengan program-programnya sesuai slogan, visi dan misinya.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini telah menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Gema Indonesia Sejahtera (LAZGIS) dalam pemberdayaan masyarakat Desa Cengkong, Kec. Purwasari, Kab. Karawang, Jawa Barat. LAZGIS menambah semarak daripada suatu niat dan tujuan baik untuk mencerdaskan dan memajukan masyarakat dengan berperan aktif mengadakan kegiatan bimbingan dan penyuluhan baik secara langsung turun ke masyarakat dan juga di masjid Assalam, lingkungan komplek LAZGIS dalam hal pemahaman akan pentingnya Zakat yang ada didalam rukun Islam yang keempat. Memahamkan arti, penting dan manfaatnya bagi kehidupan masyarakat. Dapat disimpulkan, strateginya ialah LAZGIS merencanakan dan

melaksanakan berbagai program kerjanya dengan terjun langsung ke masyarakat melakukan sosialisai program, pembimbingan, penyuluhan dan pelatihan, baik di lingkungan masyarakat itu sendiri dan membina masyarakat di tempat LAZGIS (masjid Assalam). Begitupun para muzakki sangat bangga dan bersyukur karena LAZGIS mempunyai program yang sangat luar biasa, punya daya dukung para donatur yang sangat antusias, terbukti dari peningkatan hasil. Dari hasil-hasil itulah kesimpulan dari penulis, LAZGIS mempunyai prospek yang sangat baik, sangat diperlukan keberadaan dan kemanfaatannya. LAZGIS ke depan semakin maju, sukses dan berjaya.

Faktor-faktor yang mendukung berjalan dan suksesnya program-program LAZGIS karena didukung oleh peran besar para donatur (Muzakki). Apalah arti sebuah program besar tanpa adanya dukungan dari para pelaku dan objeknya. Dalam hal ini, zakat yang ditunaikan oleh para Muzakki sebagai Subjek itulah yang disalurkan kepada para Mustahiq (Objek) yang tepat dan dengan pengkawalan dan pengontrolan yang baik pula oleh LAZGIS sebagai Mediator. Suksesnya program-program LAZGIS yang dirancang dan digulirkan, LAZGIS dan team selalu rutin dalam memberikan informasi yang jelas dan detail. Penjelasan yang masuk akal (logis) real dan factual (fakta), programnya meraih kesuksesan. Faktor kedisiplinan, keseriusan dan kedisiplinan mengkawal program, humanis dan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat. Tercermin dari tanggapan masyarakat yang menilai positif, senang dan bersyukur dengan keberadaan LAZGIS di desa mereka.

Keberadaan LAZGIS dipandang baik, berpengaruh terhadap pembangunan lingkungan sangat cepat bagi masyarakat Ds. Cengkong (pembangunan fisik dan non fisik). Desa menjadi ramai, maju berkembang, lingkungan sehat secara fisik dan non fisik (berkurangnya premanisme) dan masyarakat lebih faham akan hal-hal baik (moral dan religius). Masyarakat merasa adem, ayem tentram, dengan adanya kegiatan pembinaan, bimbingan dan penyuluhan oleh LAZGIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni, Muhammad. 2004. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Amirullah. 2015. Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Daryanto. 2011. Ilmu komunikasi. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hazrati, Arifatul. 2019. Analisis Pengelolaan Zakat sebagai Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Baitul Mal Kota Banda Aceh. [skripsi]. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Megawati. 2019. Peran Dana Zakat Produktif dalam Pemberdayaan Ekonomi Mustahik di Baitul Mal Kabupaten Pidie. [skripsi]. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri A-Raniry.
- Indrajit, Wisnu dkk. 2014. Pemberdayaan Masyarakat dan Pembangunan Gagasan Manajemen Pengembangan Masyarakat Untuk Memutus Mata Rantai Kemiskinan. Malang: Intans Publishing.
- Moleong, Lexy J. 2014. Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Nurudin. 2016. Sistem Komunikasi Indonesia. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Padangaran, Ayub M. 2011. Manajemen Proyek Pengembangan Masyarakat, Konsep, Teori, dan Praktek. Kendari: Unhu Press.
- Purnama, Putri Dian. 2016. Efektivitas pelaksanaan program terpadu peningkatan peran perempuan menuju keluarga sehat sejahtera (P3KSS) kampung Onoharjo Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah tahun 2015. [skripsi]. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Rafu, Yovita. 2019. Strategi Komunikasi untuk Memberdayakan Anak Jalanan (Penelitian Deskriptif Kualitatif Melalui Program Kegiatan Belajar Mengajar Di Rumah Singgah Anak Mandiri Yogyakarta. [skripsi]. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD".
- Suharto, Edi. 2010. Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat. Bandung: Refika Aditama.
- Suryadi, Edi. 2018. Strategi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wijayanti, Irene Diana Sari. 2012. Manajemen. Yogyakarta: Nuha Medika.