

BAB IV

STRATEGI KOMUNIKASI LAZHARFA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT PADA MASYARAKAT DI KOTA SERANG

A. Macam-Macam Strategi Komunikasi Lazharfa

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*mangement*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja. melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi sangat penting dalam setiap menemukan tindakan yang akan dilakukan untuk tercapainya suatu keberhasilan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis yang harus dilakukan, dalam arti kata pendekatan (*Approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

LAZHARFA memiliki sejumlah strategi komunikasi dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat, dalam wawancara dengan beberapa pengurus LAZHARFA BANTEN yang terlibat, diantaranya: Bapak Marjaya selaku Divisi Sumber Daya Manusia di LAZHARFA, Bapak Faujul Iman selaku Frontliner, bapak Sopan, S.Pd.I, sebagai divisi Lapangan dan Kak bity sebagai divisi program sekaligus lapangan dari wawancara tersebut mereka menjelaskan sejumlah strategi yang digunakan oleh Lembaga Amil Zakat Harafan Dhuafa Banten dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat kota Serang, khususnya di Ciwaru, Kelurahan Cipare, kec. Serang, Kota Serang.

1. Strategi Komunikasi Personal LAZHARFA

Strategi Komunikasi personal adalah komunikasi ditujukan kepada sasaran yang tunggal, bisa berlangsung secara tatap muka maupun dengan bantuan media dengan komunikasi. Komunikasi jenis ini digunakan oleh LAZHARFA untuk melancarkan strateginya dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat, karena adanya timbal balik dari muzakki. Dalam hal ini komunikasi personal menurut bapak marjaya selaku divisi SDM dan kesekretariatan saat diwawancarai 9 Juli 2019 Pukul 14.23 WIB, menjelaskan bahwa LAZHARFA lebih menjelajah keberbagai limit ada yang lewat personal artinya dikita adanya zakat advisar artinya bertemu dengan donator secara tatap muka kemudian adanya dikita CRM yaitu pemeliharaan donator lewat telemarketing

yaitu lewat via telpon, Wa blash donatur itu kita pelihara, ZTA mencari yang baru setelah orang itu berdonatur ke lazharfa dipelihara terus oleh orang CRM. Jadi pada intinya komunikasi personal dalam lazharfa ini lebih pada pemeliharaan donator.¹

Dan pak Sopan menambahkan mengenai strategi komunikasi personal dengan cara Canvassing. Canvassing yaitu salah satu strategi yang kami gunakan dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat, kegiatan ini merupakan kegiatan bersosialisasi kesetiap masyarakat seperti door to door, kerumah-rumah warga, toko bahkan kantor. Dalam canvassing ini kami berusaha mengajak masyarakat untuk membayar zakat melalui lazharfa dengan memberikan penjelasan-penjelasan program yang ada di LAZHARFA, dengan berharap setelah tahu program yang ada di Lazharfa mereka akan terenyuh hatinya untuk mau menunaikan zakatnya.² Dalam melakukan observasi peneliti mengikuti kegiatan canvassing selama Tiga minggu dari tanggal 21 mei 2018 sampai dengan tanggal 15 Juni 2018 . Kegiatan canvassing ini memang benar-benar dilakukan secara face-to face, dari mulai menemui para calon muzaki ketempat tinggalnya maupun toko sampai menjaga gerai atau stand diberbagai tempat seperti di Mall Of Serang, Rumah Sakit Budi Asih, Giant PCI Cilegon dan di beberapa tempat lainnya.

Berikut salah foto kegiatan canvassing yang dilakukan peneliti saat mengikuti observasi.



Gambar 4.1 Kegiatan Canvassing

¹ Marjaya, diwawancarai oleh Herma Adiyanti, Serang , 9 Juli 2019 Pukul 14.23 WIB

² Sopan, diwawancarai oleh Herma Adiyanti, Serang, 21 Mei 2018 Pukul 16.54 WIB

2. Strategi Komunikasi Kelompok

Strategi komunikasi kelompok yang dilakukan LAZHARFA yaitu melalui Team Even. Team even bertugas membangun jaringan komunitas-komunitas di Banten, seperti komunitas ODOJ, BETBOX, komunitas pendongeng, dan Sahabat Harapan. Jadi kami membangun kemitraan dengan kelompok sehingga memudahkan kita dalam melaksanakan even-even Lazharfa atau dalam melakukan strategi komunikasi kelompok, seperti dalam kegiatan CFD, Penggalangan Dana, dan seminar-seminar kita ajak mereka untuk terus terlibat iya tentunya kita terus bersilaturahmi dengan mereka, itulah strategi komunikasi kelompok kami.³

Jadi dalam mensosialisasikan zakat LAZHARFA tidak berjalan sendiri namun dibantu oleh komunitas-komunitas yang ada di Banten untuk sadar Zakat, untuk membangun semangat para komunitas LAZHARFA selalu menjalankan silaturahmi dalam menggerakkan kesadaran zakat dimasyarakat. Komunitas-komunitas diseluruh Banten merupakan hal penting bagi LAZHARFA sebab merekalah yang membantu kegiatan LAZHARFA agar terus dapat dipercaya oleh masyarakat.



Gambar 4.2 Silaturahmi komunitas LAZ HARFA

3. Strategi Komunikasi Persuasif

³ Marjaya , diwawancarai oleh Herma Adiyanti ,Serang, 9 Juli 2019 Pukul 14.23 WIB

Strategi komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang baik secara verbal maupun nonverbal.⁴

Persuasifkan lebih pada ajakan itu kita lebih team sarkan dimedia Komunikasi, yang menyatu dengan komunikasi Massa. Selain kita personal juga kita menggemborkan dimedia diWeb, fanpage, di twitter, Instagram, Facebook sehingga masyarakat mau berdonasi dan membayar zakat ke LAZHARFA. Mau membaca program-program harfa kemudian mau melihat program-program LAZHARFA lebih luas lagi sehingga mereka terpicu dengan Lazharfa.

Strategi-strategi yang kita lakukan alhamdulillah semuanya efektif indikatornya adalah dipenghimpunan, alhamdulillah LAZHARFA BANTEN Dari tahun 2016, 2017, 2018 dan 2019 itu meningkat penghimpunannya. Karena penghimpunannya meningkat Alhamdulillah penerima manfaat yang kita sebut itu mustahik juga meningkat dan lebih banyak, maksud dari mustahik ini meningkat bukan berarti yang miskinnya meningkat akan tetapi lebih banyak orang yang dibantu oleh HARFA.⁵

Dalam hal ini pula saat diwawancarai ka Eti selaku staf program menambahkan penjelasan mengenai meningkatnya penyaluran zakat dan dana sosial,“Dan alhamdulillah ditahun 2018 kita menjadi penyalur terbaik zakat infak, dana sosial dan juga model pemberdayaan sosial ZISWAF terbaik Fesyhar dari Bank Indonesia dan pada Baznas Award 2018.”⁶

B. Media Komunikasi LazHarfa Dalam meningkatkan Kesadaran Zakat

Sebagaimana yang kita ketahui salah satu unsur dari komunikasi adalah media. Media merupakan sarana atau saluran untuk meneruskan pesan kepada komunikan, penggunaan media dalam strategi ini agar pesan yang disampaikan oleh suatu lembaga dapat menjangkau masyarakat secara luas dan cepat. Menurut bapak Marjaya selaku Divisi Sumberdaya

⁴ Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif*,(jakarta: universitas Terbuka Jakarta,2008), h,38

⁵ Marjaya, diwawancarai oleh Herma Adiyanti,Serang 9 juli 2019 Pukul 14.23 WIB

⁶ Ka Eti, diwawancarai oleh Herma Adiyanti, Serang 9 Juli 2019, Pukul 15.15 WIB

Manusia menjelaskan bahwa terdapat berbagai jenis Media komunikasi yang digunakan Laz Harfa diantaranya yaitu, media online, dan media massa.⁷

1. Media Online

Media online merupakan sarana yang digunakan lazharfa sebagai alat untuk menyampaikan berbagai informasi dan berinteraksi secara Online melalui internet tanpa dibatasi ruang dan waktu.

a. Web

Web merupakan akun resmi yang dimiliki Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa. Web ini berfungsi untuk menyampaikan informasi dan penjelasan mengenai apa saja yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa serta bagaimana cara bekerjanya lembaga Amil Zakat ini, selain itu melalui web ini LAZ HARFA menginformasikan kepada masyarakat mengenai penyampaian zakat, pemberdayaan zakat untuk Yatim dan Dhuafa, penghimpunan zakat, infak, sodaqoh, wakaf, fidhiyah (ZISWAF) dan program-program LAZ HARFA lainnya yang bermanfaat. Akun Web LAZ HARFA yaitu @Lazharfa.org⁸.

selain itu fungsi dari Web ini membantu dan memudahkan masyarakat berdonasi lewat Web, jadi ketika kita sampaikan program disitu kita tulis alamat Web kita. Masyarakat mau berdonasi cukup transfer lewat rekening dan tidak mesti datang ke kantor langsung jadi disitu terdapat menu-menunya disitu ada program-program kita seperti program Zakat, shadaqoh, dan seperti untuk pembangun guru yang tidurnya diWC, jadi kita tinggal pilih donsainya berapa dan untuk apa. Tapi mereka mengirimnya lewat Web dan Web ini akan kita sosialisasikan dan publikasikan kembali lewat media sosial agar banyak diketahui oleh masyarakat⁹

⁷ Marjaya, diwawancarai oleh Herma Adiyanti, Serang 9 juli 2019 pukul 14.23 WIB

⁸ Akun Web LAZHARFA Banten, diakses pada tanggal 27 Desember 2019, Pukul 23:30

⁹ Marjaya diwawancarai oleh Herma Adiyanti, Serang 09 Juli 2019, Pukul 14.23



Gambar 4.3 Akun Web resmi LAZ HARFA

b. Twitter

Twitter merupakan layanan jejaring sosial yang dimana pengguna akunya melebihi 2000 pertemanan, dan informasi yang disampaikan dikemas seringkas mungkin. Berbeda dengan facebook yang membatasi penggunaanya untuk mengeksplorasi pengguna lain dengan pembatas pertemanan, twitter tidaklah demikian.

LAZHARFA mengemas informasi program kegiatannya melalui twitter dengan seringkas-ringkasnya akan tetapi informasi yang kami sampaikan sangat jelas dan menarik untuk dibaca oleh para pengguna akun twitter lainnya. Setiap postingan yang kami buat, kami selalu menampilkan slide foto atau gambar mengenai program LAZHARFA terutama dalam penyampaian zakat, begitu pula dengan akun media sosial yang kami miliki seperti facebook dan Instagram kami tidak pernah lepas dari gambar-gambar kegiatan.¹⁰ Alamat akun Twitter yang dimiliki lazharfa @Laz_Harfa¹¹

¹⁰ Marjaya diwawancarai oleh Herma Adiyanti, Serang, 09 juli 2019, Pukul 14.23

¹¹ Alamat akun twitter LAZHARFA diakses pada tanggal 27 Desember 2019, Pukul 23:30

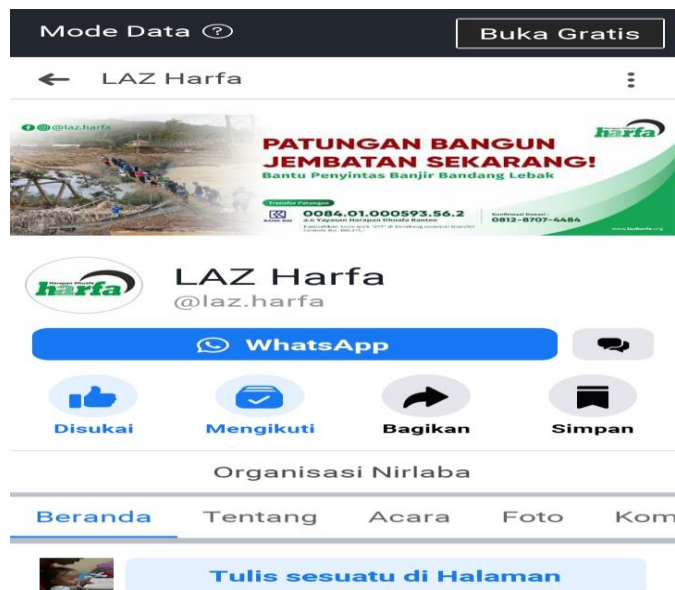


Gambar 4.4 Akun Twitter LAZ HARFA

c. Facebook

Facebook merupakan salah satu media sosial yang sangat populer di Masyarakat, bahkan banyak yang menggunakannya baik dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua. Facebook salah satu sarana yang digunakan lazharfa dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai Program Lembaga Amil Zakat Harapan dhuafa dalam meningkatkan kesadaran zakat pada Masyarakat. Adapun Alamat Facebook Lazharfa adalah @LAZ HARFA.¹² dalam akun facebooknya lazharfa menggambarkan tentang Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa, seperti bagaimana LAZHARFA menyalurkan zakat, mengajak masyarakat untuk sadar zakat, pemberdayaan dan penghimpunan zakat, serta program-program LAZHARFA lainnya yang dibagikan melalui akun facebook.

¹² Alamat akun Facebook LAZHARFA diakses pada tanggal 27 Desember 2019, Pukul 23:30



Gambar 4.5 Fanpage facebook LAZ HARFA

d. Instagram

Instagram juga merupakan salah satu media sosial yang digemari oleh banyak pihak, hampir seluruh kalangan masyarakat dan lembaga menggunakan Instagram. Begitupun dengan LAZHARFA, HARFA menggunakan Instagram sama seperti akun facebooknya yaitu untuk berbagi informasi, mempromosikan dan menggambarkan tentang Lembaga Amil Zakat Harapan dhuafa, sebagai lembaga pengelola dan penghimpun zakat yang mempunyai payung hukum. Informasi dan agenda-agenda kegiatan LAZHARFA dikemas semenarik mungkin agar masyarakat berminat untuk membaca informasi yang dibagikannya dan tergerak hatinya untuk membayar zakat melalui program-program LAZHARFA.¹³ Adapun Alamat akun Instagram LAZHARFA yaitu @LAZ.HARFA¹⁴

¹³ Marjaya Diwawancarai Oleh Herma Adiyanti, Serang, 09 Juli 2018, Pukul 14.23 WIB

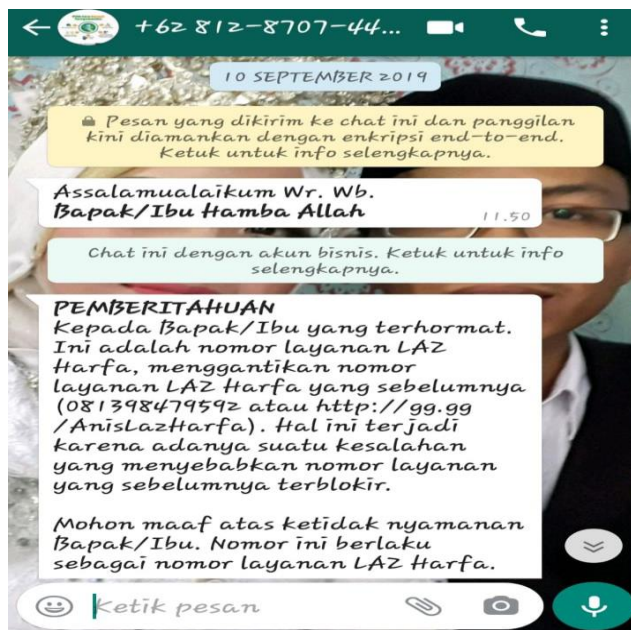
¹⁴ Alamat akun Instagram LAZHARFA diakses pada tanggal 27 Desember 2019, Pukul 23:30



Gambar 4.6 Akun Instagram resmi LAZ HARFA

e. WhatsApp

Selain berbagai media online diatas yang digunakan Laz Harfa dalam membagikan informasi, Laz Harfa juga menggunakan media WhatsApp sebagai media online dalam menyebarkan informasi kegiatan-kegiatan LazHarfa kepada para muzaki, yang sebelumnya nomor WhatsApp calon muzaki didapatkan setelah melakukan pembayaran zakat, donasi ataupun sedekah lainnya. Informasi yang dikirim melalui chat personal maupun pesan group, berikut dibawah ini adalah gambar chat personal dari laz Harfa yang dikirim langsung ke calon Muzaki.



Gambar 4.7 Informasi personal melalui WhatsApp

2. Media Massa

Media massa merupakan proses penyampaian pesan oleh seorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media komunikasi kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama,¹⁵ alat media massa yang kita ketahui seperti surat kabar, radio, media cetak dan tv. Adapun media massa yang digunakan oleh Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa diantaranya yaitu:

a. Radio

Seperti yang kita ketahui radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi oleh media jenis lain, Suatu peristiwa yang terjadi di sebuah tempat, bisa dengan cepat disiarkan di radio. Radio salah satu media elektronik yang digunakan LAZ HARFA dalam mensosialisasikan zakat kepada masyarakat.

Untuk mengkampanyekan program sadar zakat agar masyarakat sadar zakat kita bekerjasama dengan radio-radio yang berada di beberapa wilayah seperti di Serang kita bekerjasama dengan radio PBSM Serang, Serang Radio, Gawe Fm. Untuk di wilayah Cilegon kita bekerjasama dengan Radio Banten Fm, dan Untuk yang di Pandeglang

¹⁵ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: Rosdakarya, 2017) h.16, cet.28

kita ada Radio Berkah fm, ada tiga satu lagi diLabuan dan Lebak. Dalam siaran Radio Lazharfa hanya menyiapkan seorang pemateri atau Narasumber untuk menyampaikan informasi seputaran sadar zakat yang akan disiarkan oleh penyiar dimasing-masing stasiun Radio secara live. Timbal balik dari radio ini bisa dibilang cukup efektif juga dikarenakan setelah penyampaian materi yang kita sampaikan kepada masyarakat ada yang langsung menghubungi narasumber kami melalui via telepon ataupun SMS saat kita sedang live siaran radio. Kadang mereka yang menghubungi kami melalui siaran radio menanyakan ulang nomor rekening LAZHARFA untuk menyalurkan zakat atau donasinya melalui rekening Lazharfa dan tidak sedikit juga yang bertanya untuk menanyakan ulang tentang program kampanye sadar zakat.¹⁶

b. Televisi

Televisi merupakan alat elektronik yang banyak dimiliki oleh masyarakat, hampir disetiap rumah memiliki televisi, karena televisi juga merupakan suatu kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan informasi dari luar dengan cara didengarkan ataupun dilihat, karena televisi bersifat audio-visual. Begitupula dengan lazharfa menggunakan media elektronik televisi untuk menyebarkan informasi mengenai program LAZHARFA baik tentang zakat maupun tentang kepedulian sosial.

Dulu kita pernah bekerjasama dengan Beberapa stasiun televisi lokal secara gratis penyiarannya, seperti BARAYA TV, BANTEN TV, dan sekarang bekerjasama dengan stasiun televisi swasta yaitu MNCTV Group yaitu dalam program Perahu Nelayan, itu kita bekerjasama dengan MNC Pedulinya dalam program perahu nelayan. Program ini diperuntukan untuk korban tsunami selat sunda, dan SCTV itu dalam program jamban, Awalnya kita di kontak untuk liputan secara gratis.¹⁷

¹⁶ Marjaya diwawancarai oleh Herma Adiyanti, Serang 09 Juli 2019, Pukul 14.23 WIB

¹⁷ Marjaya diwawancarai oleh Herma Adiyanti, Serang 09 Juli 2019, Pukul 14.23



Gambar 4.8 LAZ HARFA menyampaikan informasi melalui stasiun televisi

c. Brosur

Brosur merupakan sejenis publikasi cetakan yang terdiri atas beberapa lembar, isinya tentang bermacam informasi dan penjelasan sesuatu yang masih hangat atau mutakhir. Brosur bersifat memberitahukan atau menjelaskan sesuatu mungkin bisa dikatakan sebagai iklan atau promosi, meskipun tidak selalu bertujuan komersial.

18

Lembaga Amil Zakat Harapan Dhuafa mencetak dan menggunakan brosur untuk sarana informasi yang dibagikan kepada masyarakat atau muzakki. Isi brosur yang dibuat oleh LAZ HARFA yaitu informasi yang berkaitan mengenai sosialisasi tentang sadar zakat, donasi untuk korban bencana Alam, pemberdayaan masyarakat, himbauan wajib qurban, aksi peduli cerdas, Aksi Peduli Sehat dan kegiatan-kegiatan HARFA yang lainnya. Dalam brosur ini LAZ HARFA juga tidak lupa untuk selalu mencantumkan nomor rekening dan bank mana saja yang dapat muzakki gunakan apabila ingin menyalurkan zakat sehingga kegiatan lebih mudah dan efisien.

¹⁸ Pawit M Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi, Dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h.444, cet.2



Gambar 4.9 Brosur

d. Pamflet

Pamflet merupakan sejenis media cetak yang biasanya memuat berita atau informasi yang perlu diketahui oleh masyarakat, fungsinya hampir sama dengan brosur yaitu bersifat iklan atau promosi meskipun tidak selalu bersifat komersial. hanya saja biasanya pamflet lebih singkat dan lebih ringan.¹⁹

Informasi yang dimuat dalam pamflet yang dibuat oleh LAZ HARFA, berupa sosialisasi atau mengkampanyekan sadar zakat. cara ini pun cukup efektif karena selain menyampaikan informasi dengan kata-kata yang dibuat secara ringkas akan tetapi terdapat foto atau gambar kegiatan Laz Harfa, yang berfungsi agar masyarakat terenyuh hatinya untuk menunaikan zakat.

¹⁹ Pawit M Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi, Dan Kepustakaan* (jakarta: Bumi Aksara, 2013), h.443,cet.2



Gambar 4.10 Pamflet

e. Spanduk

Spanduk juga merupakan salah satu strategi komunikasi yang digunakan oleh harfa untuk meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat, harfa memasang iklan melalui spanduk yang di tempatkan ditempat-tempat keramaian yang mudah diketahui, dan dilihat oleh masyarakat. Isi informasi yang disampaikan berupa kegiatan-kegiatan sadar zakat, tentang lembaga Lazharfa, aksi peduli kemanusiaan dan lain-lain.



Gambar 4.11 Spanduk

C. PROGRAM PENDAYAGUNAAN ZAKAT

1. Aksi Peduli Cerdas

a. Kursus Menjahit Gratis

Melalui program Aksi Peduli Cerdas Laz Harfa menyelenggarakan kursus menjahit gratis untuk memberikan skill kepada masyarakat dhuafa. Kegiatan kursus menjahit ini sudah diikuti oleh sejumlah 240 anggota selama tahun 2018 dan selalu ada peningkatan disetiap tahunnya, Lazharfa memiliki 20 mesin jahit yang layak untuk digunakan saat melakukan kegiatan menjahit.

Untuk bisa mengikuti program ini ada beberapa persyaratan diantaranya yaitu, usia 16-30 tahun, putus sekolah atau lulus tapi tidak melanjutkan, belum memiliki pekerjaan tetap atau menganggur, domisili Banten, siap mengikuti pembinaan/kegiatan Laz Harfa dan hadir di waktu dan tempat yang telah ditentukan, siap menghafal AL-qur'an, melengkapi berkas dalam amplop coklat yang berisi: pas photo 4x3 (3 lembar), pas photo 3x4 (9 lembar), surat keterangan tidak mampu Asli, photo copy keluarga, photo copy KTP, dan photo copy ijazah akhir.

Dalam program ini mereka akan mendapatkan bimbingan dan pelatihan menjahit atau monitoring menjahit Harfa skill center. Monitoring adalah salah satu sarana pembinaan islami (tarbiyah islamiyah) yang didalamnya ada proses belajar mengajar yang berorientasi pada pembentukan karakter dan kepribadian islam. Dengan monitoring ini mereka belajar HSC dapat membentuk kepribadiannya yang utuh, hidup makin terarah mendapat wawasan keislaman, dan mendapatkan pahala.



Gambar 4.12 Kegiatan Kursus menjahit gratis

b. Beasiswa Yatim

Sampai sejauh ini Laz Harfa telah membina ratusan anak-anak yatim Banten. Saat melakukan wawancara online dengan Teh Nani peneliti mendapati data jumlah anak penerima beasiswa Selama tahun 2018, Lazharfa mencatat sejumlah 199 anak yang mendapatkan beasiswa dhuafa.

Mereka mendapatkan beasiswa agar tetap bisa melanjutkan pendidikan, sehingga bisa mengangkat derajat ekonomi keluarga mereka ketika dewasa kelak. Mengingat masih banyak anak-anak yatim yang belum terjangkau layanan sosial, Laz Harfa mengajak masyarakat untuk berbagi rezeki sehingga mereka dapat tumbuh dan berkembang layaknya anak-anak lain yang berkecukupan.

Laz Harfa menggratiskan sekolah sebagai solusi siswa/siswi anak yatim dan dhuafa yang tidak memiliki biaya untuk melanjutkan kejenjang SMP atau SMA. Program ini bekerjasama dengan Khadijah Islamic Boarding School (KIS) Jakarta.

Dibidang pendidikan Laz Harfa menyelenggarakan pendidikan kesetaraan yang diberi nama Sekolah Harapan dengan izin dinas pendidikan berupa PKBM, sekolah yang bertempat di Jombang, kota Cilegon ini membina anak-anak jalanan agar produktif dan bekerja secara layak dan berhenti mengais rezeki dijalanan.



Gambar 4.13 Beasiswa Yatim Dhuafa

c. Ngaji Bareng Abang Becak (NGABACA)

Tidak dapat dipungkiri pekerja disektor informal seperti abang becak, kerap tidak tersentuh program-program berorientasi ruhani. Sehari-hari mereka yang mnegandalkan hidup dari kayuhan becak, terlalu sibuk mencari nafkah, berangkat dari keprihatinan tersebut Laz Harfa menggandeng abang-abang becak yang beroperasi disekitar kota Serang, Banten. Mereka diajak untuk tidak sekedar membanting tulang

mementingkan target harian mengantongi sejumlah rupiah. Namun juga mulai memperbaiki ibadah harian yang acapkali terlewatkan begitu saja.

Program ini berjalan karena kebanyakan dari mereka, abang becak ini jarang beribadah bahkan shalat jumat pun terkadang tidak dilakukan, HARFA ingin mengajak abang becak menjalankan ibadahnya. Selain itu HARFA juga membantu mereka dengan perlengkapan salat seperti sarung, peci, dan baju koko.

Laz harfa memusatkan NGABACA dimasjid yang berada tidak jauh dari kantor LAZ HARFA di jalan ciwaru Raya Komplek Pondok Citra I, Kota Serang, Banten. Rencananya program ini akan terus berjalan rutin setiap satu bulan sekali. Dan sudah sebanyak 115 orang yang mengikuti keiatan ini selama tahun 2018.



Gambar 4.14 Kegiatan NGABACA

2. Aksi Peduli Sehat

Sebagai lembaga sosial kemanusiaan yang peduli terhadap kesehatan Lazharaf Banten tetap berfokus pada aksi peduli Kesehatan. Dalam melancarkan aksi peduli sehat Para fasilitator muda Harfa tak pernah surut semangatnya untuk terus mendampingi masyarakat desa dipelosok banten. Berbagai tantangan dihadapi dan dilalui oleh para fasilitator muda, mulai dari proses perjalann menuju desa dampingan sampai pada kegiatan advokasi lainnya. Beberapa program Aksi Peduli Sehat yaitu:

a. Advokasi Pasien Dhuafa

Advokasi kesehatan yang telah dilakukan yaitu mendampingi pasien tidak mampu selama dirawat di Rumah Sakit khusus untuk pasien gizi buruk, pendampingan dilakukan sampai pasien sehat dengan asupan gizi terpenuhi.

Selain itu, Laz Harfa pun turut memberikan bantuan kepada pasien yang tergolong dhuafa berupa bantuan konsumtif ataupun dana sosial untuk keperluan berobat dan pangannya, bantuan berupa bedah rumah dhuafa untuk penderita thalassemia dalam menyalurkan bantuan bedah rumah Laz Harfa bersinergis bersama BPKP Provinsi Banten, BKPP- Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan, dan bantuan-bantuan lainnya yang diperuntukkan pasien kaum dhuafa



Gambar 4.15 Penyaluran bantuan Advokasi Kesehatan

b. Khitanan Masal

Lazharfa memberikan pelayanan khitanan massal gratis untuk anak yatim dan Dhuafa yang berdomisili Kota Serang, akan tetapi Laz Harfa juga tidak menutup kemungkinan untuk menerima anak-anak yatim dan dhuafa untuk mengikuti kegiatan khitan gratis dari luar wilayah kota Serang. Jumlah Anak yang tercatat mengikuti kegiatan khitan masal ini sebanyak 83 anak. Kegiatan ini biasa dilaksanakan di Kantor Pusat Laz Harfa yang bertempat di Jl. Ciwaru Raya Komplek Pondok Citra I No 1B Kota Serang, Banten.



Gambar 4.16 Khitanan Massal di Jawilan Rt/Rw 008/003 Kab.Serang,Banten

c. Layanan Kesehatan Gratis

Dalam aksi peduli sehat lazharfa banten tentu sangat memperhatikan kesehatan masyarakat desa, khususnya kesehatan bagi balita dan ibu menyusui lazharfa mengajak sekaligus mendampingi masyarakat untuk mengikuti kegiatan posyandu untuk balita dan ibu menyusui serta memberikan pelayanan kesehatan lainnya untuk warga yatim dan dhuafa secara gratis.

Kegiatan ini rutin dilaksanakan untuk masyarakat setiap hari minggu pagi ditempat-tempat keramaian, kegiatan ini bertujuan agar terjaminnya kesehatan masyarakat. Yang awalnya kurang peduli terhadap kesehatan diri sendiri untuk pergi memeriksakan diri ke Unit pelayanan kesehatan dikarenakan terbenturnya oleh biaya, maka Laz Harfa memberikan pelayanan kesehatan gratis pada anak-anak yatim dan masyarakat yang tergolong Dhuafa.



Gambar 4.17 Layanan Kesehatan Gratis

d. Pengadaan Sarana Air Bersih (SAB) dan Jamban

Permasalahan air bersih yang begitu pelik dan kronik ini disebabkan karena kelangkaan dan kesulitan mendapatkan air bersih serta layak pakai. Karena yang kita ketahui penyediaan air bersih sangatlah penting terutama untuk kehidupan sehari-hari, air merupakan salah satu sumber kehidupan, terjadinya krisis air bersih tentu akan memiliki dampak yang cukup besar terhadap kesehatan dan lingkungan. Laz Harfa melalui program pembangunan sarana air bersih dan arisan jamban dengan pendekatan CLTS (Community Lead Total Sanitation) atau sanitasi total berbasis masyarakat untuk memahami permasalahan dan potensi peningkatan sanitasi dilingkungannya.

Kegiatan CLTS ini telah dilakukan sejak tahun 2006 hingga saat ini, kegiatan ini terfokus dalam membangun masyarakat akan pentingnya air bersih dan sanitasi dalam kehidupan. Penyediaan air bersih bukan hanya akan bermanfaat untuk saat ini akan tetapi jauh kedepan hingga akan bermanfaat untuk anak cucu kelak. Dalam Pemberdayaan masyarakat lazharfa mengirimkan para fasilitator di Desa-desa dampingan, banyaknya itu di wilayah pandeglang. Setiap satu fasilitator ditempatkan disatu desa yang tinggal disana. Dari hari senin sampai jumat mereka full didesa, dan sabtu minggu mereka punyalang untuk kuliah atau hanya istirahat dirumah. Dalam program pengadaan Air bersih dan jamban harfa menyadarkan masyarakat untuk tidak bab sembarangan, dan harfa tidak ngasih dana satu rupiah pun. Lewat pendampingan harfa yang cukup lama, walau kadang sampai sebulan lebih masih banyak yang ngeyel untuk bab disembarang tempat. Jadi kita dampingi terus sampai ada kesepakatan dan perjanjian sederhana dengan masyarakat bahwa mereka harus

membangun jamban. Pendampingan terus kita lakukan sampai mereka sadar pentingnya Air bersih dan jamban.²⁰

Beranjak dari banyaknya permasalahan perilaku buang air besar sembarangan da tak memiliki jamban, Laz Harfa menerapkan model sebuah kelompok arisan jamban dipelosok desa di Banten sebagai solusi membangun sanitasi total berbasis masyarakat. Kini melalui berbagai pendekatan termasuk arisan jamban tersebut, alhamdulillah kami telah berhasil dibuat lebih dari 10.000 ribu jamban dan juga model pemberdayaan sosial ZISWAF terbaik Fesyhar dari Bank Indonesia dan pada Baznas Award 2018. Kini, BAB sembarangan menjadi perilaku yang membuat mereka malu, sebab BAB dijamban sehat ternyata banyak manfaatnya.²¹

Masyarakat dapat merasakan manfaat dari aksi peduli sehat Laz Harfa, selain melalui program yang sudah dijelaskan diatas, masyarakat juga dapat merasakan manfaat melalui program-program aksi peduli sehat seperti Hygine, nutrisi, cuci tangan pakai sabun, dan community lead total sanitation (CLTS) yang fokus dengan pembuatan jamban tanpa subsidi,dan sekolah hijau sehat untuk mewujudkan sekolah yang sejuk dan asri.



Gambar 4.18 Pengadaan sarana air bersih dan jamban

3. Aksi Peduli Ekonomi

Di bidang ekonomi, LAZ HARFA memberikan Bantuan Dana Bergulir kepada masyarakat yang membutuhkan modal untuk usaha dengan sistem Qordul Hasan yaitu

²⁰Marjaya diwawancarai Oleh Herma Adiyanti, Serang 09 Juli 2019, Pukul 14.23

²¹ Ka Eti, diwawancarai oleh Herma Adiyanti, serang 09 Juli 2019, Pukul 15.15

pengembalian atau cicilan tanpa bunga. LAZ HARFA juga melakukan pembinaan Kelompok Ekonomi Mikro dan Koperasi Keuangan Mikro Berbasis Perempuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui usaha, kerja keras, dan kreativitasnya sendiri sehingga mampu berdaya secara mandiri.

Kelompok keuangan mikro tak hanya mampu menggerakkan perekonomian warga desa, akan tetapi juga membantu perempuan desa bergerak ke arah kehidupan yang lebih baik lagi. Jika sebelumnya mereka tak pernah mengenal istilah “pembukaan”, kini dengan didampingi pendampingan Harfa, mereka belajar banyak hal tentang keuangan, terutama bagaimana mengatur agar kelompok dapat banyak mensejahterakan perekonomian. Tak hanya itu, perempuan-perempuan desa itu kini punya kegiatan positif, bukan lagi membahas gossip-gossip terkini dilingkungannya, akan tetapi diganti menjadi diskusi cara efektif untuk memajukan keuangan kelompoknya.²²

Program Ternak Berkah dan Tani Berkah yang direalisasikan di Kabupaten Pandeglang juga memberikan pengaruh yang besar terhadap wawasan dan pendapatan masyarakat yang sebelumnya awam, sehingga dapat beralih dari cara konvensional ke cara yang lebih efektif serta efisien dalam berternak dan bertani. Banyak manfaat yang telah dirasakan warga desa setelah Harfa memberikan program-program dampingan di desa Harapan.



²² Instagram Laz Harfa. diakses pada tanggal 27 Desember 2019, Pukul 23:30

Gambar 4.19 Pemberian gerobak harapan dan usaha dampingan

4. Aksi Peduli Kemanusiaan

a. Tanggap Bencana

Aksi peduli kemanusiaan yang dilakukan LAZ HARFA yaitu program Tanggap Darurat Bencana. Masyarakat yang terkena musibah banjir, gempa, tsunami, longsor, erupsi, kebakaran, kekeringan korban peperangan perlu bantuan segera khususnya penanganan darurat dan cepat untuk menyelamatkan jiwa dan harta mereka. Dalam aksi konkritnya LAZ HARFA bekerjasama dengan lembaga-lembaga kemanusiaan lainnya ikut terlibat dalam membantu korban banjir Ciujung Serang, Ciberang Pandeglang, Cimanceuri Tangerang dan Situ Gintung Tangsel. Kemudian membantu korban tsunami Aceh, Gempa Jogja, dan erupsi Gunung Merapi. Adapun bantuan yang diberikan berupa makanan siap saji, sembako, pakaian, layanan kesehatan, dan pemulihan anak-anak korban bencana. Selanjutnya menyalurkan bantuan air bersih untuk korban kekeringan di Serang Utara (Kasemen sampai Tanarta).



Gambar 4.20 Peduli bencana alam

b. Aksi Solidaritas Dunia Islam (Palestina, dll)

Aksi Peduli Kemanusiaan LAZ HARFA tidak hanya di Banten dan Indonesia namun sampai juga ke Dunia Islam yang dilanda bencana dan peperangan seperti Palestina, Rohingya, Mesir, Filipina, Afrika dll. Dalam aksi ini laz harfa memberikan bantuan berupa dana sosial yang diperoleh dari kegiatan panggung kemanusiaan atau dan penggalangan dana yang dilaksanakan ditempat-tempat keramaian seperti pusat

perbelanjaan, alun-alun kota Serang, Car free Day di beberapa daerah, bahkan sampai ke perkampungan.



Gambar 4.21 Galang dana untuk palestina

c. Tebar Hewan Qurban di Kampung Dhuafa

Qurban Vaganza sebagai wahana kolaborasi antara mudhohhi (pe-Qurban) dengan mustahik (penerima Qurban), untuk menumbuhkan rasa kegembiraan dalam menyambut hari raya Idul Qurban. Di moment tersebut mudhohhi dapat berbahagia karena memiliki kesempatan untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT. Dan memberikan senyum bahagia pada para mustahik, karena Qurban salah satu dari solusi atas segala permasalahan kemiskinan.

Dengan berqurban di Laz Harfa, kita sudah membantu secara tidak langsung dengan membeli hewan ternak lokal hasil desa Dampingan dan Binaan Laz Harfa Bnaten, diantaranya dari ternak difabel, kaum dhuafa, masyarakat rentan dalam kategori masyarakat miskin. Penerima manfaat Qurbanpun menjangkau diseluruh oelosok banten, serta hewan Qurban disembelih sesuai aturan syariat dan daging qurban langsung dibagikan ke Mustahik pada hari itu juga. Selain itu Laz Harfa juga memberikan dokumentasi dan laporan Qurban Ke Mudhohhi.



Gambar 4.22 Berbagi daging qurban untuk kaum dhuafa

d. Sentuhan Hati Mualaf

Program yang khusus orang baru masuk islam dan dalam bimbingan Harfa bertujuan untuk merangkul dan memberi edukasi terhadap mualaf dari hati kehati.

Dengan diberikannya seperangkat alat shalat, Al-Qura'an dan tasbih. Selain itu juga mereka dibimbing mengenai ajaran-ajaran agama Islam, upaya untuk lebih meningkatkan keimanan mereka, agar tidak kembali lagi kemasa lalunya.

Harfa memberikan bantuan yang produktif sesuai kondisi yang dibutuhkan oleh mualaf yang hidup sebatang kara dan terasingkan dari keluarganya agar mereka tetap istiqomah dalam memeluk agama islam.



Gambar 4.23 Pendampingan mualaf baduy dan penyaluran bantuan alat shalat

5. Aksi Peduli Sosial

Adapun aksi peduli sosial berupa program Kafalah Yatim yaitu bantuan penuh untuk anak yatim piatu dijadikan sebagai anak asuh LAZ HARFA. Kemudian program Sentuhan Hati Mualaf yaitu bantuan produktif sesuai kondisi yang dibutuhkan oleh mualaf yang hidup sebatang kara dan terasingkan dari keluarganya agar mereka tetap istiqomah dalam memeluk agama Islam. Khusus di Kabupaten Pandeglang, terdapat program bantuan kaki palsu untuk masyarakat difabel yang dilanjutkan dengan program pendampingan dan pemberdayaan difabel. Selain itu ada program Desiminasi Perlindungan Anak dan Kesetaraan Gender. Program Aksi Peduli Sosial lainnya adalah kegiatan Tebar Qurban dan Aqiqah di kampung dhuafa binaan LAZ HARFA.



Gambar 4.24 Bantuan pemberian kaki palsu

6. Chanel Kebaikan

Dalam program chanel kebaikan ini telah membantu dan mensukseskan banyak kegiatan

- a. Sekolah gratis, beasiswa pendidikan sejumlah 48 orang
- b. Harfa skill centre sejumlah 17 orang
- c. Tahsin, Tasmi, dan Tahfidz Qur'an sebanyak 50 orang
- d. Taman Baca Masyarakat sejumlah 39 orang
- e. Pendampingan / kunjungan pelatihan program sejumlah 40 orang
- f. Pelatihan pengelolaan ZISWAF berbasis masjid sejumlah 63 orang
- g. Seminar pendidikan sejumlah 350 orang

- h. Advokasi kesehatan sejumlah 62 orang
- i. Pendamping gizi buruk sebanyak 45 orang
- j. Pos pelayanan gratis sejumlah 80 orang
- k. Aksi peduli sehat Iluni FKUI sejumlah 150 orang
- l. Pendampingan kelompok ekonomi mikro berbasis perempuan
- m. Badan usaha milik pesantren –YBM BRI
- n. PKU-R sejumlah 120 orang
- o. Tani berkah
- p. Bantuan/sarana air bersih sejumlah 10 titik
- q. Tanggap darurat bencana 1.016 orang
- r. Tebar Qurban sejumlah 672 orang
- s. Kado ceria lebaran sejumlah 245 orang
- t. Santunan Dhuafa sejumlah 2.727 orang
- u. Pesantren Ramdhan sejumlah 300 orang
- v. Advokasi sejumlah 201 orang
- w. Ifhtorjma'I sejumlah 461 orang
- x. Buka puasa bersama dhuafa sejumlah 575 orang
- y. Etc²³

a. ANGGARAN DANA CHANEL KEBAIKAN

²³ Profil Laz Harfa diakses pada tanggal 27 Desember 2019, Pukul 23:30

No	Program	Biaya	Jumlah Mustahik	Total
1	Santunan Yatim Dhuafa	Rp .200.000	2000	Rp. 400.000.000
2	Kado Ceria Lebaran	Rp. 250.000	200	Rp. 50.000.000
3	Super Ngabaca	Rp. 300.000	100	Rp. 30.000.000
4	Sentuhan Hati Muallaf	Rp. 300.000	200	Rp. 60.000.000
5	Belanja Bareng Yatim Dhuafa	Rp. 300.000	500	Rp. 150.000.000
6	Ta'jil On the Road	Rp. 30.000	3000	Rp. 90.000.000
Total				Rp. 780.000.000

D. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi LAZ HARFA Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat Pada Masyarakat Kota Serang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, LAZ HARFA mempunyai faktor pendukung dan penghambat dalam setiap pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Marjaya selaku Divisi Sumber Daya Manusia di LAZHARFA, berikut adalah faktor pendukung berjalannya strategi komunikasi yang dilakukan LAZ HARFA .

1. Faktor Pendukung

Kalau Faktor pendukung itu jelas salah satunya itu legalitas kita, karna kita sudah punya legalitas jadi kita enak dalam mengajak masyarakat untuk menunaikan zakat yang sudah diresmikan oleh Kemenag RI.

a. Aspek Legal

- 1) Akte Notaris : HM. Islamsyah Arifin, SH No. 27 Tanggal 27 Februari 2012
- 2) Kemenkumham : AHU – 1799.AH.01.04.Tahun 2012
- 3) Kesbangpol : 220 – 12 – 08/0017/VII/2012
- 4) Dinsos : 466/705/LKS/DINSOS/2015

5) Kemenkeu : PEM-0003745ER/WJP.08/
KP.0103/2012

6) Dirjen Bimas Islam Kemenag RI: DJ.III/651 Tahun 2016

Ini adalah salah satu faktor pendukung kita dalam menyebarkan kegiatan berzakat, ataupun kegiatan kemanusiaan lainnya.

b. Pelayanan dari anggota / Relawan LAZHARFA

Keramahan dari setiap anggota atau divisi dalam melayani para donator, sebelumnya mereka semua sudah kita latih. Setiap divisikan ada program pengembangan pelatihan yang kita delegasikan untuk mengikuti pelatihan, seminar terlebih dahulu. Seperti ZA dalam menyapa donator sebelumnya sudah mereka pelajari terlebih dahulu, kalau bagian media bagaimana kontennya yang baik, kan mereka semuanya sudah bekal pelatihan-pelatihan. Setiap divisi itu sudah kita bekal pelatihan baik dari internal ataupun eksternalnya Harfa, seperti event-event diluar seperti bagian media melakukan seminar dijakarta melakukan study banding

c. Kemitraan

kemitraan yang mendukung kita dari eksternal yaitu kita bermitra dengan pemerintah kita saling menjaga hubungan baik seperti dengan Lembaga BAZNAZ, kemudian dengan kemenag . bisa sajakan jika kita tidak menjaga hubungan baik dengan laz-laz lainnya dan tidak layak bisa saja izin kita dicabut. Kita bangun kemitraan dengan donatur atau pemerintah itu yang menguatkan kita.

d. Donatur

Kita hampir 100% pertumbuhan dari donatur (muzaki) , banyak dampak positif untuk masyarakat dari strategi-strategi yang kita lakukan ini salah satu indikatornya itu dengan bertambahnya atau meningkatnya jumlah donatur, banyak masyarakat yang tersadarkan untuk membayarkan zakat melalui Lazharfa.²⁴

2. Faktor Penghambat

Setelah adanya faktor pendukung tentu saja ada faktor penghambat dalam meningkatkan kesadaran zakat pada masyarakat. Noise atau hambatan adalah bagian

²⁴ Marjaya diwawancarai Oleh Herma Adiyanti, Serang 09 Juli 2019, Pukul 14.23

yang tidak bisa dipisahkan dari komunikasi, hambatan-hambatan tersebut diantaranya yaitu:

a. Segi Komunikasi atau Gaya Bahasa Yang Tidak Dimengerti

Penyampaian pesan yang tidak dimengerti oleh masyarakat atau Bahasa yang digunakan oleh relawan dalam menyampaikan pesan zakat yaitu dengan menggunakan Bahasa-bahasa yang terlalu formal, karena disini ada juga relawan yang tidak bisa menggunakan Bahasa secara sederhana seperti, Relawan baru, kadangkannya mereka ada yang hanya mengerti Bahasa sunda aja, ada yang Indonesia aja dan ada juga yang bisa dan mengerti Bahasa jaseng, kebanyakan sih relawan baru yang sedikit kurang mengerti mungkin ini juga bisa menjadi penghambat dalam penyampaian pesan zakat. Bahasa yang digunakan oleh Masyarakat itu kan kalau diserang lebih melekat dengan Jaseng (Jawa Serang), karena disini tidak semua relawan mengerti dengan Bahasa yang digunakan oleh Masyarakat.²⁵ Sedangkan upaya yang dilakukan dalam hal ini dikembalikan lagi kepada relawan Laz Harfa dalam menanggapi. Upaya yang pernah dilakukan untuk meminimalisir hambatan yaitu Relawan mempelajari Bahasa yang digunakan masyarakat agar dapat dimengerti oleh masyarakat.²⁶

b. Perekrutan Kepengurusan

Karena kita sedang berkembang mulai perekrutannya mulai 2016 semenjak pergantian kepengurusan sebelumnya, sekarang dipegang ibu Endah. Itu kan cukup melakukan perubahan salah satunya dari segi perekrutan kepengurusan, Di Era milenial ini, karakter anak-anak muda yang harus disesuaikan dengan lingkungan Harfa. Jadi dari pimpinan kita harus bisa mengatasi karakter anak-anak muda sekarang yang harus disesuaikan dengan karakter mereka agar tidak terjadi hambatan yang mutlak. Kita sesuaikan agar perilakunya mencerminkan karakter yang baik.

c. Faktor Kebijakan Pemerintah

²⁵ Marjaya, diwawancarai oleh Herma Adiyanti, Serang 09 Juli, Pukul 14.23

²⁶ Marjaya diwawancarai Oleh Herma Adiyanti, Serang 09 Juli 2019, Pukul 14.23

Dulu ada peraturan bahwa zakat itu tidak boleh dikelola oleh masyarakat harus pemerintah aja, waktu itu kita beralih ke Yayasan kemudian saat ada pergantian menteri ganti lagi kebijakannya, ada aturan boleh, tapi harus satu provinsi.

Kemudian pada tahun 2016 ada kebijakan lagi, kalau mau skala provinsi harus menghimpun dana pertahun 20 miliar. Itu yang kita khawatirkan, khawatirnya kalau tidak mencapai 20 miliar akan diturunkan ke Laz kabupaten, kemudian ada diskusi dari forum zakat dalam pengisian materi akhirnya diturunkan lagi tensinya mengusahakan untuk mencapai 10 miliar. Selain itu juga ada isu-isu akan adanya pengelolaan zakat yang akan dilakukan oleh pemerintah, ini menjadi kekhawatiran laz-laz yang ada dibanten,²⁷

²⁷ Marjaya diwawancarai Oleh Herma Adiyanti, Serang 09 Juli 2019, Pukul 14.23