

ABSTRAK

Moch Harlin Lazuardi. 2024. Strategi Komunikasi Pendayagunaan Zakat Produktif pada Program Z-*Chicken* BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi.

Salah satu program penyaluran dana zakat, infaq, shadaqah (ZIS) yang dilakukan BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya adalah program Z-*Chicken*. Namun program tersebut belum dapat berjalan efektif karena terjadinya hambatan komunikasi antara BAZNAS dengan mustahik selaku penerima manfaat. Hambatan komunikasi terjadi karena mustahik penerima bantuan program Z-*Chicken* memiliki keterbatasan dalam menggunakan teknologi, sehingga menghambat alur koordinasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pendayagunaan zakat produktif terhadap program Z-*Chicken* BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan sumber data primer yang didapat dari wawancara Bersama pihak BAZNAS dan mustahik penerima manfaat, serta data sekunder yang berasal dari buku atau penelitian terdahulu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi dan wawancara. Selanjutnya, peneliti menjadi instrumen utama dalam penelitian yang didukung oleh pedoman observasi dan pedoman wawancara. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan metode Miles and Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 4 langkah-langkah strategi komunikasi, 3 diantaranya sudah berjalan efektif yaitu mengenai mengenal khalayak, menyusun pesan dan penggunaan media. Ketiga langkah-langkah strategi komunikasi tersebut efektif karena memberikan dampak yang baik dalam strategi komunikasi antara BAZNAS dan mustahik. Sementara itu, langkah-langkah strategi komunikasi menetapkan metode komunikasi dikatakan belum efektif karena komunikasi yang dilakukan dalam pendampingan secara langsung sudah jarang dilakukan oleh pihak BAZNAS. Komunikasi hanya dilakukan sebatas ada kebutuhan order bahan baku ke *stock point* BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya.

Dari hasil analisis tersebut menyatakan bahwa dalam menetapkan metode komunikasi belum efektif dilakukan oleh pihak BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya. Oleh karena itu, dalam menetapkan metode komunikasi yang belum efektif dalam pelaksanaannya harus lebih diperhatikan lagi dan menjadi bahan evaluasi untuk pihak BAZNAS Kabupaten Tasikmalaya. Agar kemudian proses komunikasi yang akan dilakukan untuk kedepannya antara pihak BAZNAS dengan para mustahik penerima bantuan program Z-*Chicken* itu sendiri bisa berjalan dengan baik.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Zakat Produktif, Program Z-*Chicken* BAZNAS

ABSTRACT

Moch Harlin Lazuardi. 2024. Communication Strategy for the Utilization of Productive Zakat in the Z-Chicken Program by BAZNAS Tasikmalaya Regency. Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University.

One of the programs for distributing zakat, infaq, and shadaqah (ZIS) funds carried out by BAZNAS Tasikmalaya Regency is the Z-Chicken program. However, this program has not been able to run effectively due to communication barriers between BAZNAS and the mustahik (beneficiaries). The communication barriers arise because mustahik recipients of the Z-Chicken program assistance have limitations in using technology, thus hampering the flow of coordination. This research aims to determine the communication strategy for the productive zakat utilization in the Z-Chicken program of BAZNAS Tasikmalaya Regency.

The research method used is qualitative research with primary data sources obtained from interviews with BAZNAS and the beneficiary mustahik, as well as secondary data from books or previous research. Data collection techniques were carried out using observation and interviews. Furthermore, the researcher acts as the main instrument in the research, supported by observation guidelines and interview guidelines. The data analysis technique used is the Miles and Huberman method, which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this research show that out of the four communication strategy steps, three of them have effectively, namely getting to know the audience, compiling messages, and using media. These three communication strategy steps are effective because they have a positive impact on the communication strategy between BAZNAS and mustahik. Meanwhile, communication strategy steps to determine communication methods are said to be ineffective because communication carried out in direct mentoring is rarely carried out by BAZNAS. Communication is only carried out to extent that there is a need to order raw materials from the BAZNAS stock point in Tasikmalaya Regency.

From the results of this analysis, it is stated that BAZNAS in Tasikmalaya Regency has not been effective in determining communication methods. Therefore, in determining communication methods that are not yet effective in their implementation, more attention must be paid and become evaluation material for BAZNAS Tasikmalaya Regency. So that the communication process that will be carried out in the future between BAZNAS and the mustahik recipients if the Z-Chicken program assistance can run well.

Kata kunci: Communication Strategy, Productive Zakat, Z-Chicken Program BAZNAS