

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat Center adalah suatu instansi atau lembaga yang bertugas dalam mengelola dana zakat, infak, shadaqah, serta wakaf (ZISWAF) yang bersifat nirlaba dan berorientasi penuh pada nilai dasar ibadah dalam mengangkat harkat dan martabat kaum dhu'afa menjadi manusia mandiri yang bertaqwa kepada Allah SWT. Zakat center berdiri karena adanya sebuah forum pada pertengahan bulan Mei 2003. Dalam forum tersebut segenap komponen muda Islam yang ada di Kota Cirebon yang terdiri dari berbagai kalangan diantaranya ulama, pengusaha, birokrat kalangan profesi, dan aktifismuda Islam. Sehingga terbentuklah suatu lembaga yang khusus menangani potensi zakat, infaq, dan shadaqah, serta wakaf (ZISWAF) umat Islam.

Zakat center juga merupakan Badan Pekerja Yayasan Wakaf LAZIS Zakat Center yang didirikan pada tanggal 22 juli 2003 berdasarkan Akta Notaris Hendra Harmen, S.H No. 3 dan direkomendasikan oleh MUI Kota Cirebon No. 33/MUI-UX-2003, Pada tahun 2004 diperoleh legalitas dari Departemen Kehakiman dan Departemen Hak Asasi Manusia RI melalui keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. C-354. HT.01.02 TH. 2004.

Pada tanggal 30 September 2019 melalui Notaris Rini Puspita, S.H.,M.Kn. seiring terbitnya Akta Perubahan Nomor 07/2019 tanggal 30/09/2019, Zakat Center telah melakukan perubahan Anggaran Dasar dan Nama Yayasan yang meliputi Perubahan Struktur Kepengurusan Yayasan dan perubahan nama Yayasan yang semula bernama “YAYASAN LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAK SHADAQAH THORIQOTUL JANNAH CIREBON” menjadi “YAYASAN THORIQOTUL JANNAH INDONESIA”. Hal ini bertujuan agar Zakat Center dapat meluas cakupannya dan sampai keseluruh Indonesia.

Dengan adanya pembentukan Lembaga Amil Zakat ini diharapkan dapat ikut serta dalam rangka meringankan beban masyarakat yang semakin terhimpit oleh persoalan ekonomi, dan juga mempermudah bagi para dermawan menjalankan kewajibannya dalam membayar zakat, infaq/shadaqah dan wakaf.

Sementara Peran atau tugas PR/Public Relation di Lembaga Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia adalah salah satu peranan penting dalam membangun kesuksesan terutama dalam bidang komunikasi di Lembaga Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia. Dalam membina hubungan keluar (public eksternal), yaitu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Di dalam hubungan keluar atau public eksternal, akan ada masalah atau hal-hal negatif dari gambaran publik jika hubungan eksternal tidak dilakukan secara baik dan benar.

Salah satu cara agar tumbuh sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga adalah dengan cara membangun hubungan kerjasama kepada lembaga yang bekerja sama dan mempublikasikan setiap kegiatan yang akan dilaksanakan kepada para publik guna mendapat citra positif sehingga dalam menarik kerja sama antar lembaga dapat dikatakan lebih mudah. Di Lembaga Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia, bagian Public Relations atau PR bertugas untuk mengelola media publikasi berupa konten dan membangun hubungan kerja sama seperti konten media sosial dan kerja sama antar lembaga seperti perusahaan atau bank. Media publikasi tersebut dibagi menjadi dua yakni konten dan konvensional. Di bagian konten, Public Relations membangun hubungan dengan cara menyebar konten tentang kegiatan Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia ke media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok, dan Web. Sementara bagian konvensional yakni secara tradisional atau lama contohnya membuat kerjasama antara perusahaan atau Bank dengan cara mendatangi lokasi lembaga seperti perusahaan atau Bank. Membangun hubungan kerja sama

dan membuat konten di media tersebut tujuannya agar meningkatkan citra positif Lembaga Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia agar publik atau lembaga tertarik untuk melakukan kerja sama dengan Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia.

Hasil amatan awal peneliti, kenyataannya peran public relations zakat center Thoriqotul Jannah Indonesia dalam meningkatkan kerja sama antar lembaga dilihat kurang maksimal. Untuk mengulik apakah peran PR lembaga Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia sudah maksimal atau belum, maka dari pemaparan permasalahan yang ada, peneliti tertarik untuk mengetahui **“Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia Dalam Meningkatkan Kerja Sama Antar Lembaga?”**

B. RUMUSAN MASALAH

1. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah penelitian ini adalah:

- a. Peran Public Relations di Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia dalam melakukan peningkatan kerja sama antar lembaga kurang maksimal.
- b. Kurangnya propaganda melalui pembuatan konten di media sosial dalam menarik citra publik untuk bekerja sama.
- c. Peran PR Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia belum maksimal dalam membangun kerja sama antar lembaga.
- d. Kurangnya tingkat kerja sama antar lembaga yang dibangun oleh Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia.
- e. Kurangnya SDM Public Relations dalam mengelola publikasi media sosial

2. Pembatasan Masalah

- a. Peran Zakat Center ini hanya terbatas pada kegiatan-kegiatan public relation terutama di kegiatan kerja sama.
- b. Public Relation Zakat Center dalam meningkatkan kerja sama antar lembaga hanya dibatasi pada kegiatan yang berhubungan pada kerjasama dengan lembaga.
- c. Peningkatan hanya berfokus kepada lembaga-lembaga yang diajak bekerja sama.
- d. Penelitian ini difokuskan pada Lembaga Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia, Bagian Public Relation atau Humas Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia, dan lembaga yang melakukan kerja sama dengan Zakat Center untuk mengetahui publikasi dan kerja sama public relations zakat center thoriqotul jannah indonesia dalam meningkatkan kerja sama antar lembaga.

3. Pertanyaan Peneliti

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana Peran Public Relation Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia dalam meningkatkan kerja sama antar lembaga?
- b. Bagaimana peningkatan kerja sama antara Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia dengan lembaga lain?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Peran Public Relation Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia dalam meningkatkan kerja sama antar lembaga.
2. Untuk mengetahui peningkatan kerja sama antara Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia dengan lembaga lain.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat diantaranya, sebaga berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Peneliti

Peneliti diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai sarana dalam mencari ilmu pengetahuan khususnya tentang peran public relations dalam meningkatkan kerja sama antar lembaga. Dan menambah wawasan dalam bidang yang sedang diteliti. kontribusi terhadap khazanah keilmuan, pengetahuan, dan kehidupan dibidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta memberikan pengetahuan dan wawasan dalam bidang peran public relations.

b. Mahasiswa

Dengan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi mahasiswa dan mahasiswi di IAIN Syekh Nurjati Cirebon agar bisa mengetahui bagaimana peran public relations dalam meningkatkan kerja sama di sebuah lembaga.

c. Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat menjadi manfaat sebagai sumber informasi dalam peran public relations dalam meningkatkan kerja sama antar lembaga dan dapat menjad sebuah rujukan dalam mengambil keputusan.

2. Manfaat Praktis

a. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak jenis penelitian Komunikasi Penyiaran Islam yang menggunakan penelitian tentang peran public relation yang ada di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Dan penulis juga berharap dalam penelitian ini dapat memperkaya khazanah ilmu di komunikasi dan penyiaran islam.

b. Lembaga Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu masukan bagi lembaga khususnya bagian public relations atau PR di lembaga zakat center Thoriqotul Jannah Indonesia.

E. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memaparkan, menjelaskan, menganalisis bagaimana peran public relations zakat center thoriqotul jannah indonesia dalam meningkatkan kerja sama antar lembaga. Sehingga penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Menurut I Made Winartha (2006: 155), metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) yang menggunakan studi kasus. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan. (sugiono, 2012: 245).

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari narasumber/responden (Darmawan, 2013:13). Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan yang erat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti yaitu peran public relations zakat center thoriqotul jannah indonesia meningkatkan kerja sama antar lembaga.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu pustaka-pustaka yang memiliki relevansi dan bisa menunjang penelitian ini, yaitu dapat berupa: buku, referensi, jurnal, serta sumber data lain seperti konten yang dibuat lembaga yang dapat dijadikan sebagai data pelengkap.

4. Teknik Pengumpulan Data

Maka untuk mendapatkan data yang akan diteliti, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2007: 145).

b. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih (Gunawan, 2016: 160).

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (sugiyono, 2015: 329).

d. Teknik Analisis Data

Menganalisis data studi kasus merupakan hal yang cukup sulit karena teknik dan strateginya belum bisa teridentifikasi dengan baik. Akan tetapi, setiap penelitian sebaiknya dimulai dengan strategi analisis yang mengandung prioritas mengenai apa yang ingin dianalisis dan mengapa. Demikian juga studi kasus.

Stake mengungkapkan empat bentuk analisis data dengan interpretasinya dalam penelitian studi kasus, yaitu:

- 1) Pengumpulan kategori
- 2) Interpretasi langsung
- 3) Membentuk pola dan mencari kesepadanan.
- 4) Mengembangkan generalisasi naturalistik.

F. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat yang dipilih oleh peneliti adalah Lembaga Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia. Hal ini peneliti pilih untuk mengumpulkan informasi, data, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Sementara waktu pelaksanaan penelitian akan dilaksanakan dalam waktu 4 bulan terhitung dari bulan April samapai Juli 2022.

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No	Uraian	BULAN															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan Penelitian	√	√														
2.	Perencanaan			√	√												
3.	Pengumpulan Data					√	√	√	√								
4.	Analisis Data									√	√	√	√				
5.	Penyusunan Laporan													√	√	√	√