

EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI UNIT PENGUMPUL ZAKAT (UPZ) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN PENGUMPULAN ZAKAT (Studi Kasus UPZ Masjid Jami' Jabal Nur, Kota Samarinda)

Aldo Pratama*, Rudi Mulyadi, Fredy Masahengke Royanti, Wahdiansyah
Ilmu Komunikasi, Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Timur, Indonesia
*Korespondensi Penulis: aldopratama0204@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the effectiveness of communication strategies implemented by the Zakat Collection Unit (UPZ) at the Jami' Jabal Nur Mosque in enhancing service quality and increasing zakat collection. A qualitative descriptive design was employed, with data collected through in-depth interviews, participant observations, and document analysis. Findings indicate that the UPZ employs a multi-pronged communication strategy, incorporating interpersonal communication, the use of social media platforms, religious sermons, and a zakat pickup service. Several facilitating factors were identified, including the involvement of local community leaders, support from the mosque council, and transparent financial management. Conversely, the implementation process is hindered by constraints such as limited human resources and low public awareness regarding zakat obligations. The study concludes that the UPZ's communication strategies have been effective in building community trust and enhancing participation in zakat distribution. These findings contribute to the growing body of literature on faith-based organizational communication and offer a practical model for other mosque-based zakat management institutions seeking to improve their outreach and service delivery.

Keywords: *Communication Strategy, Zakat, Effectiveness, UPZ.*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh Unit Pengumpul Zakat (UPZ) di Masjid Jami' Jabal Nur dalam upaya meningkatkan kualitas layanan pengumpulan zakat. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UPZ mengadopsi strategi komunikasi terpadu yang mencakup komunikasi interpersonal, pemanfaatan media sosial, khotbah keagamaan, dan layanan jemput zakat. Faktor-faktor pendukung keberhasilan strategi ini meliputi keterlibatan tokoh masyarakat, dukungan aktif dari pengurus masjid, serta penerapan manajemen keuangan yang transparan. Implementasi strategi ini juga menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan rendahnya tingkat kesadaran masyarakat tentang kewajiban zakat. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan oleh UPZ berhasil membangun kepercayaan dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam penyaluran zakat.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Zakat, Efektivitas, UPZ*

PENDAHULUAN

Zakat merupakan pilar penting dalam sistem ekonomi Islam. Dalam konteks di masyarakat urban seperti Kota Samarinda, peran Unit Pengumpul Zakat (UPZ) di tingkat masjid menjadi sangat strategis. Berdasarkan Undang-Undang No 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat yaitu dengan kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, serta pendayagunaan zakat. UPZ Masjid Jami' Jabal Nur berupaya memanfaatkan strategi komunikasi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat di lingkungan Masjid Jami' Jabal Nur, terkhusus kepercayaan kepada muzakki. Komunikasi yang efektif menjadi kunci dalam mengedukasi masyarakat dalam membangun kepercayaan, sebagaimana ditegaskan Mulyana (2014) berfungsi untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur dan mempengaruhi (*to influence*). Konsep penyaluran zakat yang kurang terencana dan tanpa mekanisme yang baik tentu akan mempengaruhi potensi zakat yang seharusnya bisa optimal. Penerapan strategi komunikasi yang efektif dalam pengelolaan zakat sangat penting. Optimalisasi mekanisme pengelolaan zakat dapat dicapai dengan memanfaatkan teknologi, seperti penggunaan aplikasi digital yang dapat memudahkan proses pencatatan, pembayaran, dan distribusi zakat secara lebih transparan dan efisien.

Dengan melihat dan menelaah latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengkaji lebih mendalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh UPZ Jabal Nur dalam mensosialisasikan zakat kepada warga. maka penyusun mengangkat permasalahan yaitu melihat bagaimana efektivitas strategi komunikasi yang dilakukan oleh UPZ Masjid Jami' Jabal Nur Kelurahan Dadi Mulya Kota Samarinda.

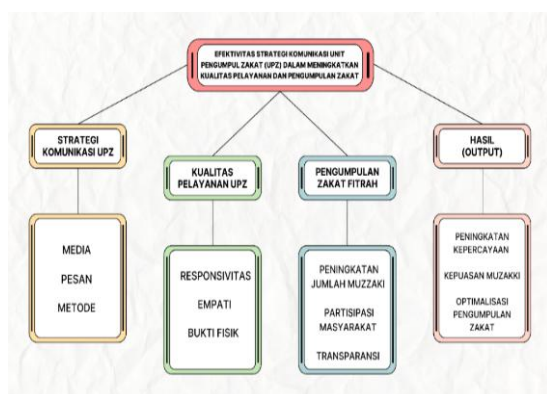
Menurut Middleton dalam Dewi Suratiningsih dan Suci Lukitowati (2020) menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi optimal dari semua elemen komunikasi yang mencakup komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang maksimal. Fungsi strategi komunikasi sebagai suatu rencana yang diterapkan secara spesifik dan terukur, serta menerapkan pola untuk serangkaian kegiatan yang terorganisir. Tujuan utama strategi komunikasi menurut Pacedan Faules dalam Effendy (2015) yaitu *secure understanding*, (memastikan bahwa terjadi pengertian yang jelas dalam proses komunikasi), *to establish acceptance*, (cara membangun penerimaan pesan dengan baik), *to motive action*, (penggiatan untuk memotivasi audiens), dan *the goals which the communicator sought to achieve* (cara mencapai tujuan yang ingin diraih oleh komunikator melalui proses komunikasi). Strategi komunikasi didefinisikan sebagai perencanaan dan pengelolaan pesan yang terstruktur untuk mencapai tujuan organisasi. Anwar Arifin menekankan pentingnya mengenal khalayak, menyusun pesan, memilih media, teori yang diungkapkan oleh Lasswell diperkuat oleh pendapat Anwar Arifin (2006) yaitu mengenal khalayak dalam merumuskan strategi komunikasi, penting untuk memahami khalayak dengan memperhatikan situasi dan kondisi mereka, menyusun pesan, setelah mengenal khalayak, langkah selanjutnya dalam merumuskan strategi komunikasi adalah menyusun pesan. Proses ini melibatkan penentuan tema dan materi yang akan dikomunikasikan, dengan tujuan untuk menarik perhatian khalayak. Selanjutnya menentukan metode, dalam menentukan metode, penyampaian pesan dapat dianalisis dari dua aspek yaitu cara pelaksanaannya dan bentuk isinya. Anwar Arifin mengemukakan beberapa metode

komunikasi yang efektif dalam strategi komunikasi antara lain : *Redudancy, Canalizing, Persuasive, Educatif Method.*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Samiawan (2010) Penelitian Kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan merangkum berbagai kondisi, situasi, atau fenomena yang ada dalam realitas sosial masyarakat. Sumber data adalah bentuk jamak dari datum, yang merujuk pada keterangan-keterangan mengenai suatu hal. Data dapat berupa informasi yang diketahui, dianggap atau tanggapan. Serta fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain (Hasan, 2002).

Informan terdiri dari pengurus UPZ, tokoh masyarakat, muzakki, dan mustahiq. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi laporan UPZ. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman dalam Yusuf (2017)., yang menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Keabsahan data diuji dengan triangulasi sumber dan teknik. Adapun kerangka berfikir pada penelitian ini adalah:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN
Strategi Komunikasi UPZ

Berdasarkan hasil temuan dilapangan, peneliti menemukan data sesuai dengan teori menurut Ronald D. Smith (2002) (Research, Objective, Programming, Evaluation), berikut beberapa hasil temuan yang didapatkan melalui hasil interview :

Research

Dilakukan secara mandiri oleh peneliti dengan cara mengkonfirmasi kepada para ketua RT dilingkungan UPZ Masjid Jami’ Jabal Nur tentang penjemputan zakat.

Objective

Meningkatnya partisipasi dan kepercayaan masyarakat terhadap UPZ Masjid Jami’ Jabal Nur.

- Wahyudianto 16 “Ya, alhamdulillah. kalau saya melihat, karena modenya panitia yang dijemput zakat, jadi saya melihat warga antusias itu. Jadi, kemungkinan kesadarannya juga karena dijemput, mereka jadi lebih terlayani. Sehingga, alhamdulillah juga warga tambah semangat.”
- Hj. Eni Sumarsih (I12) “Alhamdulillah puas, karena pada saat Idul Fitri diumumkan berapa rincian pendapatan, berapa yang dibagikan, berapa yang ini, yang itu, sudah jelas disitu.”

Programing

Penggunaan media sosial, ceramah / kultum, dan juga dengan jemput zakat *door to door.*

- Sri Pujiati (I13) “Jelas. Namanya zakat itu kan kita orang Muslim sudah pasti tahu. Ditambah lagi informasi. Terus dari Facebook, dari IG, sudah tambah jelas. Aman”
- Indah Fajarwaty (I5) “Kalau saya sih melalui WA, karena dari panitianya

pasti WA kami dari RT, selain itu juga dari media sosial juga ada di Facebook atau di Instagramnya kadang namanya RT ini kan kita ini kadang lupa atau gimana, jadi ya Alhamdulillah kami selalu diingatkan, artinya komunikasi kami baik.”

Evaluation

Evaluasi yang dilakukan ialah transparan laporan kepada RT dan masyarakat.

- Sukardi (I14) “Ya, agar bisa menambah kesadaran masyarakat di lingkungan masjid kita yang kita cintai ini. Kita mungkin lebih transparan lagi laporannya setelah pelaksanaan zakat itu selesai.”
- Suhartaty (I15) “Kalau pertama mungkin ya dari transparan pendapatan yang berapa, pengeluaran berapa. Itu tidak hanya diumumkan di masjid, tapi kalau bisa dishare lah. Kita kan ada grup-grup WA, jadi untuk transparansi supaya kepercayaan masyarakat itu lebih baik. Rasa itu saja”. UPZ menggunakan pendekatan interpersonal, media sosial (WhatsApp dan Instagram), ceramah keagamaan, dan sistem jemput zakat. Pesan disampaikan secara persuasif dan edukatif.

Efektivitas Komunikasi

Komunikasi bersifat dua arah, ditandai dengan feedback dari masyarakat (Suranto, 2010). UPZ juga menyajikan laporan keuangan secara terbuka sebagai bentuk akuntabilitas publik. Adapun hasil yang peneliti temukan dilapangan sebagai berikut: faktor pendukung, keterlibatan ketua RT dan tokoh agama, program inovatif “mustahiq menjadi muzakki”, Transparansi dan sistem pelaporan, Sistem pelayanan yang responsif dan jemput bola.

Sedangkan faktor penghambatnya dalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap kewajiban zakat, keterbatasan SDM relawan, waktu koordinasi yang terbatas.

Hasil wawancara wawancara, observasi, dan kajian literatur, peneliti menganalisis bahwa strategi komunikasi UPZIS Jabal Nur bersifat partisipatif dan adaptif. Komunikasi dua arah antara amil zakat dan masyarakat sangat menonjol, yang menciptakan kepercayaan dan keterbukaan. Strategi yang digunakan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun interaksi sosial yang konstruktif. Selain itu juga dapat dilihat dari rujukan teori yang dikemukakan oleh Anwar Arifin dan Lasswell. Berikut beberapa poin analisis utama dan hasil rujukan teori.

1. strategi jemput zakat ini lebih dari sekedar pelayanan, tetapi melalui pendekatan dan membangun hubungan baik dengan muzakki dan mustahik.
2. komunikasi digital juga sangat membantu distribusi informasi, namun komunikasi secara langsung juga dibutuhkan guna membantu warga yang kurang paham dengan teknologi.
3. transparansi, pemberi pemahaman dan pendekatan ini lah yang menjadi pilar keberhasilan UPZ Masjid Jami’ Jabal Nur.
4. tantangan terbesar yang dihadapi ialah bagaimana membuat pemahaman kepada Masyarakat tentang siapa yang berhak dan layak zakat.
5. program pengangkatan Mustahik menjadi Muzakki adalah puncak capaian strategis yang membuktikan bahwa zakat yang diberikan dan didistribusikan kepada mustahik bukan hanya konsumtif tetapi produktif dan berkelanjutan.
6. analisis data yang dirujuk dari teori strategi komunikasi Anwar Arifin dan Lasswell:

- a. mengenal Khalayak, UPZ Masjid Jami' Jabal Nur memahami kondisi RT, usia, dan akses informasi ke Masyarakat.
- b. penyusunan Pesan, UPZ Masjid Jami' Jabal Nur menyampaikan kegiatan ataupun informasi mengenai zakat melalui ceramah, kultum, khutbah, WA, Facebook, IG dan juga melalui surat pemberitahuan.
- c. media, UPZ Masjid Jami' Jabal Nur menggunakan kombonasi lisan (ceramah, kultum, khutbah) dan digital (WA, IG, Facebook).
- d. komunikator, UPZ Masjid Jami' Jabal Nur selalu berkoordinasi dan berkomunikasi kepada Dewan Penasehat, tokoh agama, amil dan ketua RT yang menjadi ujung tombak dalam penyampaian informasi.
- e. efek, UPZ Masjid Jami' Jabal Nur berhasil membuktikan bahwa disetiap tahunnya terjadi peningkatan muzakki, kepuasan mustahik dan juga transformasi sosial.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi UPZ Masjid Jami' Jabal Nur terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pengumpulan zakat fitrah. Pendekatan interpersonal, kepercayaan publik, dan inovasi menjadi kunci keberhasilan. Model ini layak dijadikan acuan bagi UPZ lain di tingkat masjid.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulisan ini dipersembahkan kepada kedua orang tua yang telah tiada dan juga kepada siapapun yang nantinya akan membaca sehingga dapat memberikan referensi bagi penelitiannya dan Ucapan terimakasih ditujukan kepada seluruh pihak dosen yang terlibat tak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada para ketua RT

ketua UPZ masjid Jabal Nur, ketua DKM Masjid Jami' Jabal Nur dan seluruh informan yang terlibat

DAFTAR PUSTAKA

- Shannon and Weaver Model of Communication, Communication Theory, (<https://www.communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>)[diakses 28 Mei 2025]
- Arifin, Anwar. (2006). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Deddy Mulyana. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi Suratiningsih dan Suci Lukitowati. (2020). *Strategi Komunikasi dalam Diplomasi Kemanusiaan: Best Practice Dalam Isu Kemanusiaan Palestina*. Suarabaya: Sucofindo.
- Effendy, Onong Uchjana. (2015). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Iqbal Hasan. (2022). *Pokok-Pokok Materi Penelitian Dan Aplikasinya*. Jakarta: GhaliaIndonesia.
- Lexy J. Moleong. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muri Yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.
- Pasal 25 Undang-Undang No 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat
- Pasal 27 Undang-Undang No 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat
- Patton. (2010). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Semiawan P.D. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*. Jakarta : Grafindo.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian*

- Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*
Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods).*
Bandung: Alfabeta.
- Supranto, Johannes. (2007). *Sampling Dalam Auditing.* Jakarta: Rajawali Pers.
- Surat Keputusan Badan Amil Zakat Nasional Nomor: 023/UPZ/SK/BAZNAS-SMD/IV/2022 tentang *Pembentukan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Masjid Jami' Jabal Nur*
- Surat Keputusan Badan Amil Zakat Nasional Samarinda Nomor: 023/UPZ/SK/BAZNAS-SMD/IV/2022 tentang *Pembentukan Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Masjid Jami' Jabal Nur..*
- Undang-Undang. No 23 Tahun 2011 Pasal 1 tentang *Pengelolaan Zakat.*
- Smith, Ronald D. *Strategic Planning for Public Relations.* 3 rd Editions. New York: Routledge, 2009.
- Ridwan dan Sunarto. (2010). *Pengantar Statistika Untuk penelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi Dan Bisnis.* Bandung: Alfabeta
- Conny R. Semiawan. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Grasindo