

ABSTRAK

Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah organisasi nirlaba yang bertugas menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah. Agar LAZ dapat dikenal dan diingat oleh masyarakat maka *public relations* sangat dibutuhkan dalam membangun, meningkatkan dan mempertahankan reputasi organisasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran manajemen *public relations* dan reputasi organisasi dalam meningkatkan penghimpunan dana ZIS.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus yang dilakukan di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nurul Hayat Surabaya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. yang dikumpulkan melalui teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara. Data dianalisis dengan pendekatan kualitatif, melalui tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Divisi Markom berperan dalam menjalankan manajemen *public relations* di LAZ Nurul Hayat, yaitu dengan memperkenalkan nama Nurul Hayat kepada publik eksternal atau masyarakat, mempromosikan program-program yang sedang berjalan, mempublikasi setiap kegiatan melalui sosial media dan *website*, membuat *campaign*, melakukan *lobbying* untuk memperoleh kerja sama, hingga mengadakan sebuah *event* untuk menarik perhatian lebih dari publik eksternal. Reputasi Organisasi LAZ Nurul Hayat dipengaruhi oleh bagaimana cara Divisi Markom sebagai *public relations* LAZ Nurul Hayat dalam membangun dan mempertahankan reputasi, yaitu dengan selalu menjaga komunikasi melalui sosial media dan bersilaturahmi secara langsung sambil mengirimkan majalah Nurul Hayat setiap bulan. Dapat disimpulkan bahwa peran manajemen *public relations* dan reputasi organisasi sangat berpengaruh pada bertambahnya jumlah penghimpunan dana ZIS di LAZ Nurul Hayat Surabaya.

Kata kunci: manajemen *public relations*, reputasi organisasi, penghimpunan dana ZIS

ABSTRACT

The Amil Zakat Institution (LAZ) is a non-profit organization tasked with collecting zakat, infaq, and shodaqoh funds. In order for LAZ to be known and remembered by the public, public relations is very much needed in building, improving and maintaining the reputation of the organization. The purpose of this study was to analyze the role of public relations management and organizational reputation in increasing ZIS fundraising.

This research is a type of case study research conducted at the Amil Zakat Institute (LAZ) Nurul Hayat Surabaya. Sources of data used in this study are primary data sources and secondary data sources. collected through observation, documentation, and interview techniques. The data were analyzed with a qualitative approach, through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results showed that the Markom Division played a role in carrying out public relations management at LAZ Nurul Hayat, namely by introducing the name Nurul Hayat to the external public or the public, promoting ongoing programs, publishing every activity through social media and websites, creating campaigns, conducting lobbying to obtain cooperation, to holding an event to attract more attention from the external public. The reputation of LAZ Nurul Hayat's organization is influenced by how the Markom Division as LAZ Nurul Hayat's public relations officer builds and maintains its reputation, namely by always maintaining communication through social media and staying in touch directly while sending Nurul Hayat magazines every month. It can be concluded that the role of public relations management and organizational reputation is very influential on the increasing number of ZIS fundraising at LAZ Nurul Hayat Surabaya.

Keywords: *public relations management, organizational reputation, ZIS fundraising*

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
MOTTO	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Kajian Pustaka	9
E. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI.....	15
A. <i>Public Relations</i>	15
B. Reputasi Organisasi	22
C. Zakat, Infak, dan Sedekah.....	24
D. Penghimpunan Dana ZIS	31

BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
B. Waktu dan Lokasi	34
C. Subjek dan Objek Penelitian	34
D. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Analisis Data	37
G. Teknik Keabsahan Data	39
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	42
B. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	45
1. Posisi <i>Public Relations</i> Pada LAZ Nurul Hayat	45
2. Manajemen <i>Public Relations</i> Pada LAZ Nurul Hayat	47
3. Reputasi Organisasi LAZ Nurul Hayat	78
4. Analisis Peran Manajemen <i>Pubic Relations</i> dan Reputasi Organisasi dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZIS LAZ Nurul Hayat	83
BAB V	87
PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Sumber: Profil LAZ Nurul Hayat	44
Gambar 4.2 Sumber : Akun Instagram @nurulhayatku.....	53
Gambar 4.3 Data Pribadi Anisah Fathinah	54
Gambar 4.4 Sumber: Akun Facebook LAZ Nurul Hayat	55
Gambar 4.5 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	55
Gambar 4.6 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	56
Gambar 4.7 Sumber: Dokumentasi Divisi Markom LAZ Nurul Hayat.....	57
Gambar 4.8 Sumber: Data Divisi Markom LAZ Nurul Hayat	59
Gambar 4.9 Sumber: Dokumentasi LAZ Nurul Hayat	59
Gambar 4.10 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	61
Gambar 4.11 Sumber: Akun Youtube nurulhayatku	62
Gambar 4.12 Sumber: Akun Tiktok @nurulhayatku	63
Gambar 4.13 Sumber: Data Divisi Markom LAZ Nurul Hayat	65
Gambar 4.14 Sumber: Website LAZ Nurul Hayat	71
Gambar 4.15 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	73
Gambar 4.16 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	74
Gambar 4.17 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	75
Gambar 4.18 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	79
Gambar 4.19 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	81
Gambar 4.20 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	81
Gambar 4.21 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	82
Gambar 4.22 Sumber: Akun Instagram @nurulhayatku.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Sumber: Data Diolah.....	85
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Asli Wawancara	95
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	100
Lampiran 3 Laporan Penyaluran Dana LAZ Nurul Hayat.....	101