

STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI IZI PERWAKILAN SUMATERA SELATAN
DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSINYADI PALEMBANG

¹Selvia Yolanda Sari, ²Nurseri Nasution³Hidayat, 

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah
Palembang, Indonesia

 selviayolandasari13@gmail.com¹

 Nurserihasnanasution_uin@radenfatah.ac.id²

 Hidayat_uin@radenfatah.ac.id³

Submitted: 2023-05-31

Revised: 2023-05-31

Accepted: 2023-05-31

ABSTRACT:

This thesis is entitled Communication Management Strategy of IZI Representative of South Sumatra in Improving the Quality of Its Existence in Palembang. The purpose of this research is to understand the communication management strategy of IZI representatives of South Sumatra in increasing existence in Palembang and to find out the supporting and inhibiting factors. This type of research is field research, with primary and secondary data sources. While data collection techniques obtained by observation, interviews, and documentation. All data will then be analyzed descriptively qualitatively, namely by pouring the results into sentences that are arranged in such a way that they can become neatly arranged sentences. The theory used is the theory according to Parag Diwan which says that communication management is the process of using various communication resources in an integrated manner through the process of planning, organizing, implementing, and controlling the elements of communication to achieve the stated goals. The results of the study show that the communication management strategy used by IZI from South Sumatra in increasing its existence in Palembang is in accordance with the Parag Diwan theory, namely planning, organizing, implementing and evaluating. It's just less than optimal in its application. If it is used optimally, it will be easier for IZI to introduce it to the public and can become even more existent in the future. IZI's supporting factors are official permits from the Ministry of Religion and graduate employees from various campuses. Then the inhibiting factor faced is that IZI is a new institution and the number of employees is small while the range of work is very wide.

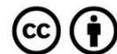
KEYWORDS: *strategy, communication management, and existence*

Copyright holder:
© Selvia Yolanda Sari (2023)

Published by:
Scidacplus
Journal website:
<https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/>

E-ISSN:
2656-1050

This article is under:



How to cite:

Sari, S.L., Nasution, N.S., Hidayat. (2023). *Strategi Manajemen Komunikasi IZI Perwakilan Sumatera Selatan Dalam Meningkatkan Eksistensi di Palembang. Social Science and Contemporary Issues Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.413>

PENDAHULUAN

Zakat dapat diberikan langsung kepada *mustahik* (penerima zakat) atau melalui badan amil dalam menyalurkannya. Jika melalui badan amil, maka badan amil tersebut menjadi pengelola zakat dan akan berupaya semaksimal mungkin dalam menyakurkannya kepada orang yang pantas mendapatkannya secara merata. Bagi *mustahik*, zakat berfungsi sebagai penolong ekonomi mereka dan sekaligus menjadi instrumen penyeimbang dalam sektor ekonomi nasional. Dengan harapan suatu saat nanti setelah *mustahik* terbantu perekonomiannya melalui zakat maka para *mustahik* tersebut naik kelas menjadi *muzakki* (pemberi zakat). Hal ini menunjukkan bahwa zakat sangat berpotensi untuk mengatasi kesenjangan ekonomi dan kemiskinan dalam suatu negara, apalagi ditambah dengan pengelolaan zakat yang tepat dan baik di dalam negara tersebut.

Agar ibadah zakat dapat terlaksana dengan baik, tentunya kita membutuhkan sebuah pelayanan untuk memudahkan dalam melaksanakan zakat. Maka dari itu dibutuhkan sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang zakat. Salah satu lembaga yang bergerak dibidang ini adalah Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Perwakilan Sumatera Selatan yang beralamat di jl. Salam No.159 Rt. 32 kel. 9 Ilir Kec. Ilir Timur II, Palembang, Telpon 0711-5736061.

Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) berdiri sejak desember 2015, tetapi diresmikan dan mulai bergerak pada awal tahun 2016 karena harus melalui beberapa tahapan yang harus dilewati terlebih dahulu untuk melengkapi persyaratan izin oprasional yang telah ditentukan untuk menjadi lembaga amil zakat. IZI merupakan cabang dari suatu lembaga sosial yang sudah dikenal cukup luas dan memiliki reputasi yang baik selama lebih dari 16 tahun dalam gerakan filantropi Islam modern yaitu Yayasan Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) yang saat itu adalah Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) PKPU. Karena adanya peraturan baru mengenai pengelolaan zakat di tanah air yang merujuk pada Undang-undang Pengelolaan Zakat No 23 tahun 2011 yaitu lembaga zakat harus otonom, independen dan fokus, maka pada desember 2015 PKPU melepas LAZNAS PKPU sebagai legal formal lembaga amil zakat yang kemudian membentuk lembaga zakat yang baru dengan nama LAZNAS IZI, sebagai penerus visi dan misi pengelolaan zakat yang telah dirintis PKPU sebelumnya.

Masa modern seperti sekarang ini dimana perubahan yang sangat pesat banyak ditemukan, suatu lembaga atau badan instansi diminta untuk dapat beradaptasi dengan segala hal yang terdapat di dalam lembaga tersebut. Begitu juga dengan IZI, dalam menjalankan perusahaannya banyak menghadapi berbagai macam masalah dalam melakukan pemasaran, permasalahan tersebut yaitu semakin banyak didirikannya suatu lembaga industri di Indonesia yang bergerak dibidang yang sama menjadi permasalahan penting yang dihadapi oleh perusahaan dalam meningkatkan eksistensinya, maka masing-masing industri yang baru berdiri ataupun yang sudah terlebih dulu merintis, mau tidak mau harus terus siap dalam menghadapi setiap persaingan usaha, dalam menjalankan perusahaan ini diperlukan strategi manajemen pemasaran yang baik sehingga dapat meningkatkan eksistensinya di masyarakat. Akan tetapi IZI yang bekerja sebagai lembaga sosial dan berfungsi mengumpulkan zakat kemudian didistribusikan kepada masyarakat yang lebih membutuhkan, nyatanya keberadaannya tidak begitu dikenal oleh masyarakat itu sendiri. Penerapan Strategi manajemen komunikasi yang tepat menjadi kunci penting dari keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan eksistensinya. Eksistensi dari sebuah organisasi merupakan suatu indikator untuk mengetahui seberapa baik keunggulan dalam bersaing di industri maupun produk substitusi.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih lanjut mengenai strategi manajemen komunikasi yang digunakan pada IZI perwakilan Sumatera Selatan dalam meningkatkan eksistensinya di Palembang. Untuk itu, penelitian ini diberi judul "strategi manajemen komunikasi izi perwakilan sumatera selatan dalam meningkatkan eksistensinya di palembang".

Dalam penelitian ini penulis mmengawali dengan menuliskan latar belakang penelitian kemudian merumuskan beberapa masalah yang akan dijadikan tujuan penelitian. Setelah itu mencari dan mengumpulkan informasi berupa teori dan fakta-fakta yang terkait dengan variabel dari judul penelitian agar landasan teori semakin kuat. Langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penulis menggunakan teori dari Parag Diwan yang mengatakan bahwa manajemen komunikasi adalah

proses penggunaan sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan penjelasan mengenai manajemen komunikasi maka dapat disimpulkan bahwa manajemen komunikasi menurut Parag Diwan adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Manajemen komunikasi menurut Parag Diwan memiliki elemen-elemen yang berpengaruh dalam manajemen komunikasi, karena elemen-elemen tersebut dapat menentukan posisi yang kuat dan meningkatkan eksistensi.¹

Manusia didalam kehidupan sehari-hari sangat membutuhkan eksistensi. Hal ini dapat dilihat dari dari aspek-aspek yang ada pada sebuah kebudayaan, yaitu:²

- 1) Strata sosial, merupakan pembagian kedudukan manusia di dalam lingkungannya sesuai dengan masyarakat yang memandangnya atau sesuai dengan keadaan dan perilaku manusia yang berbeda-beda
- 2) Pekerjaan, penentuan manusia menurut eksistensinya di lingkungan. Kecakapan manusia dalam bertindak dan bertolak ukur dalam mencapai keberhasilan sebuah sistem.
- 3) Bahasa, penggunaan bahasa sangat penting pada lapisan masyarakat menggunakan intonasi atau logat serta redaksional yang jenjang akan memperlihatkan latar belakang eksistensi manusia sehingga dia dapat ditempatkan pada lapisan serta manusia akan melakukan peran sosial dengan keberadaan eksistensinya.
- 4) Kepercayaan, menempatkan manusia pada eksistensinya. Tingkat pemahaman serta nilai plagiart yang terdapat dalam alam pikiran tentang nilai ajaran yang berasal dari luar manusia memunculkan atmosfer pada kualitas dirinya secara religi dan hal tersebut melampaikan pada golongan semestinya.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak memerlukan bentuk matematika, statistik ataupun komputer. Dalam metode penelitian kualitatif ini dilakukan dengan penyusunan hipotesis awal, dan ketentuan berpikir yang dipakai didalam penelitian. Metode kualitatif dalam proses pengumpulan data dan dalam interpretasi hasil data tidak memerlukan angka. Penelitian kualitatif lebih memahami kepada pokok permasalahan yang terjadi dengan keadaan yang realitas atau *natural setting* yang holistik sosial, kelompok dan terperinci yang terjadi didalam lingkungan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu primer dan sekunder:³

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri maupun organisasi secara langsung kepada objek yang berkaitan langsung dengan penelitian. Adapun data diperoleh dari elemen yang ada pada IZI itu sendiri yakni ketua IZI dan karyawan yang bekerja di IZI Perwakilan Sumatera Selatan mengenai strategi yang dilakukan oleh manajemen dalam meningkatkan eksistensi IZI di dalam kehidupan masyarakat.

¹Riinawati, *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan organisasi*, (Yogyakarta: PT.Pustaka Baru, 2021), h. 34.

²Maritfa Nika Andriani dan Mohammad Mukti Ali, *Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta*, Jurnal Teknik PWK Vol. 2 (2013), h. 225.

³LexyJ.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,2019), h. 290

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain.⁴ Selain itu juga kumpulan data yang terdapat pada penelitian terdahulu seperti jurnal, buku-buku serta dokumen yang sesuai dengan pembahasan pada penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun beberapa buku penunjang yakni diantaranya: buku Pedoman Zakat dari Teuku Muhammad Hasby Ash- Shiddiqy, buku Pengantar Manajemen dari Siswanto, buku Manajemen Strategi dari Pearch II. Robinson, dan buku-buku yang berkenaan dengan masalah strategi, manajemen, pemasaran, dan eksistensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Strategi Manajemen Komunikasi IZI Perwakilan Sumatera Selatan dalam Meningkatkan Kualitas Eksistensinya di Palembang

Setiap lembaga zakat memiliki strategi manajemen komunikasi yang berbeda dengan lembaga zakat yang lainnya dan memiliki strategi yang berbeda dalam mengatur manajemen komunikasi, setiap lembaga tentunya memiliki strategi manajemen komunikasi tersendiri dalam meningkatkan eksistensinya dimasyarakat serta untuk menarik minat donatur untuk menggunakan jasa perusahaan. Penulis menggunakan teori dari Parag Diwan yang mengatakan bahwamanajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

a. Perencanaan komunikasi

Manajemen komunikasi dan manajemen yang di aplikasikan dalam berbagai *setting* komunikasi atau bisa disebut timbal balik pertukaran sinyal untuk memberi informasi membujuk atau memberi perintah berdasarkan makna yang sama. Salah satu hal yang ada dalam manajemen komunikasi adalah perencanaan. Dimana perencanaan ini dapat mengembangkan eksistensinya. Perencanaan komunikasi merupakan menyusun rencana komunikasi yang akan dibangun supaya komunikasi berjalan efektif. Perencanaan komunikasi merupakan hal mendasar yang diperlukan dalam suatu kegiatan komunikasi sosial, hal utamanya adalah untuk memperkenalkan atau memberitahukan kepada halayak umum mengenai keberadaan IZI di tengah masyarakat sebagai lembaga yang mengelolah zakat, sebagaimana menurut bapak Kisai Turmizi, SP, yaitu:

“Jadi seperti ini, perencanaan yang ada di IZI memiliki tahapan yang penting, karena menurut kami, perencanaan adalah tahapan awal untuk melaksanakan proses pengelolaan zakat dilembagaini. Baik itu perencanaan komunikasi, perencanaan strategi humas, perencanaan pengembangan lembaga dan masih banyak lagi, kami juga berpendapat bahwa perencanaan komunikasi yang baik dan tersusun dapat menentukan kelancaran dan keberhasilan program- program yang akan kami tetapkan di lembaga ini.”⁵

⁴Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2015), h.168

⁵ Kisai Turmizi, Kepala Bidang Edukasi, *Wawancara Pribadi*, Palembang: 23 September 2021

Penjelasan tersebut memberikan kesimpulan bahwa perencanaan komunikasi merupakan proses penentu dari tujuan yang akan dicapai. Dengan menyusun perencanaan komunikasi yang baik akan memberikan dampak yang begitu banyak terhadap kemajuan lembaga, sebagaimana menurut bapak Y.J Sampoerna, yaitu :

“Menurut saya perencanaan adalah bagian yang sangat penting sebelum melaksanakan suatu kegiatan. Perencanaan ini bisa mengurangi terjadinya salah komunikasi maupun hambatan-hambatan lain, supaya dapat terciptanya komunikasi yang efektif, agar apa yang kita sampaikan dapat dipahami, diingat dan direspon dengan baik oleh orang lain.”⁶

Perencanaan komunikasi berguna untuk menyambung antara IZI dengan masyarakat ataupun juga sebaliknya, sehingga dalam merencanakan program-program IZI melibatkan seluruh karyawan yang ada. Perencanaan komunikasi ini dilakukan juga untuk dapat meminimalisir terjadinya hambatan saat melaksanakan kegiatan dan dengan adanya perencanaan komunikasi yang efektif maka dapat menyukseskan program yang dimiliki oleh lembaga IZI. Dalam penyusunan perencanaan komunikasi dan program kerja melibatkan seluruh elemen yang ada di dalam organisasi sehingga anggota merasa terlibat dan merasa memiliki andil dalam perencanaan itu. Dalam giliran yang berikutnya anggota akan turut bertanggung jawab dalam melaksanakan program kerja yang telah tersusun dalam perencanaan dan tentunya hal ini akan berdampak pada peningkatan kinerja organisasi.

b. Pengorganisasian komunikasi

Pengorganisasian adalah langkah menetapkan, menggolongkan, dan mengatur berbagai macam kegiatan serta menetapkan tugas-tugas pokok dan wewenang dalam mencapai suatu tujuan. Pengorganisasian juga merupakan alat untuk memadukan dan mengatur semua kegiatan yang ada kaitannya dengan tata cara pencapaian tujuan organisasi. Pada tahap pengorganisasian dalam manajemen komunikasi, sebagaimana yang di kemukakan oleh bapak Kisai turmizi Sp, yaitu: berdasarkan wawancara tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa pengorganisasian komunikasi dalam IZI belum terlihat bentuk pengorganisasiannya, karena dalam penyampaian informasi sepenuhnya dilakukan langsung oleh kepala IZI kepada karyawan.

c. Pelaksanaan Komunikasi

Komunikasi dalam pelaksanaannya tergantung persepsi dan sebaliknya persepsi tergantung pada komunikasi. Baik buruknya proses komunikasi tergantung persepsi masing-masing orang yang terlibat didalamnya. Ketidaksamaan pengertian antara penerima dan pengirim informasi akan menimbulkan kegagalan komunikasi. Pelaksanaan komunikasi di IZI perwakilan Sumatera Selatan sudah berjalan dengan baik, tetapi terkadang masih terdapat kendala. Kendala tersebut bisa berasal dari internal lembaga.

d. Evaluasi Komunikasi

Evaluasi merupakan salah satu rangkaian kegiatan untuk meningkatkan kualitas, kinerja, maupun produktivitas suatu lembaga dalam melaksanakan kegiatan atau program. Melalui evaluasi akan diperoleh informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan dapat dilaksanakan, selanjutnya informasi ini digunakan untuk perbaikan kegiatan tersebut. Setelah adanya perencanaan dan pelaksanaan langkah selanjutnya yang dilakukan oleh IZI adalah dengan melakukan evaluasi. Evaluasi bertujuan untuk melihat dan menilai apakah komunikasi yang

⁶Y.J. Sampurna, Kepala IZI Perwakilan Sumatera Selatan, *Wawancara Pribadi*. Palembang: 23 September 2021

dilakukan selama ini oleh IZI sudah berjalan dengan lancar atau belum. IZI perwakilan Sumatera Selatan menerapkan hal yang sama, setelah melalui perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan evaluasi komunikasi. Tujuan adanya evaluasi ini agar bisa mengetahui apakah tujuan pelaksanaan program tersebut telah tercapai. Informasi mengenai tingkat ketercapaian program merupakan data penting untuk mengidentifikasi secara objektif apakah semua pihak yang terlibat di dalam pelaksanaan program. Pihak yang terlibat dalam evaluasi ini adalah kepala IZI dan seluruh karyawan yang ada di dalamnya.

2. Faktor pendukung dan penghambat strategi manajemen komunikasi yang dihadapi IZI perwakilan Sumatera Selatan dalam meningkatkan kualitas eksistensinya di Palembang

Dalam setiap organisasi pasti memiliki kekuatan dan kelemahan yang bisa menjadi faktor pendukung dan penghambat. Adapun yang menjadi faktor pendukung sebagai kekuatan IZI agar bisa lebih eksis dan dikenal sebagai manapeneliti telah melakukan wawancara dengan bapak Y.J Sampurna, SE, beliau mengungkapkan bahwa:

“Yang menjadi sumber kekuatan IZI iyalah dari legalitas meskipun terbilang baru namun IZI sudah mengantongi izin secara legal dalam beroperasi di Sumatra selatan dari sini dapat di pastikan IZI dapat lebih berleluasa dalam memperkenalkan tiap programnya kepada masyarakat dan menjamin keamanan dari setiap program yang dijalankan.”⁵⁹

Dalam organisasi dapat di pastikan ada kelemahan yang akan berpotensi untuk menjadi hambatan dalam organisasi tersebut, dan yang menjadi kelemahan IZI berdasarkan wawancara dengan bapak Y.J sampurna beliau mengungkapkan bahwasannya:

“Kelemahan pertama IZI merupakan lembaga zakat yang terbilang baru di SUMSEL mulai beroperasi ditahun 2017 jika dibanding dengan lembaga lain IZI pasti terbilang masih sangat muda sekali jika dibandingkan dengan lembaga besar lain di SUMSEL terbukti IZI belum dikenal secara luas oleh masyarakat umum baru menyentuh kalangan mahasiswa, karyawan yang konsen bayar zakat maka inilah yang jadi kelemahan IZI SUMSEL. Kemudian kelemahan kedua dari sisi SDM dimana jumlah karyawan yang hanya tujuh orang saja sedangkan jangkauan kerjanya cukup luas yaitu mencakup seluruh SUMSEL.”

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menganalisis bahwasanya yang menjadi kekuatan IZI merupakan legalitasnya dalam perizinan sehingga membuat masyarakat mudah mempercayai zakatnya melalui IZI. Sedangkan yang menjadi kelemahan IZI dilihat dari awal berdirinya dimana terbilang masih sangat muda ini akan sulit jika bersaing dengan lembaga zakat yang sudah lama dan memiliki nama besar di SUMSEL. Selain itu jumlah karyawan dirasa belum cukup memadai jika hanya berjumlah 7 orang, sedangkan jangkauan kerja terlalu luas ini sangat dirasa kesulitan bagi IZI karena jangkawannya yang luas dan hanya dikerjakan oleh 7 karyawan saja sehingga dirasa sangat sulit untuk memperkenalkan IZI kemasyarakat secara umum. Dalam hal ini memanfaatkan kekuatan untuk bisa mempromosikan diri atau memperkenalkan diri bahwasannya IZI benar-benar dapat dipercaya oleh masyarakat sebagai lembaga penyalur zakat melalui penjaminan atas legalitas izin yang telah dimiliki cabang SUMSEL. Sedangkan kelemahan ini bisa dihadapi apalagi yang menjadi kelemahan hanya dibagian lamanya berdiri dan jumlah karyawan yang dirasa belum cukup hal ini akan bisa diatasi oleh IZI.

Harapan untuk IZI perwakilan Sumatera Selatan adalah akan menjadi lembaga zakat yang terbaik dalam hal pelayanan zakat, dapat meningkatkan kehidupan masyarakat dan mengentaskan kemiskinan yang ada, serta masyarakat dapat lebih mengenal lagi lembaga zakat dan memiliki kesadaran untuk menunaikan zakat, dengan kantor yang lebih terorganisir dan karyawan yang lebih profesional, hal ini dapat menjadikan IZI perwakilan Sumatera Selatan mampu bersaing dengan lembaga-lembaga zakat yang ada, sehingga bisa menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa IZI perwakilan Sumatera Selatan dalam menunaikan zakat.

Pembahasan

1. Strategi Manajemen Komunikasi IZI Perwakilan Sumatera Selatan dalam Meningkatkan Kualitas Eksistensinya di Palembang

Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam mencapai tujuan dengan cara dapat dilakukan sehingga tujuan yang diinginkan akan tercapai. Dengan adanya perencanaan semua akan menjadi jelas baik dari sasaran penerima program, bentuk kegiatan yang akan dilakukan, berapa waktu yang dibutuhkan serta jika tidak tercapai secara maksimal cara apa yang akan dilakukan. Perencanaan komunikasi juga suatu usaha yang sistematis dan *continue* dalam mengorganisir aktivitas manusia terhadap upaya penggunaan sumberdaya komunikasi secara efisien guna merealisasikan kebijakankebijakan komunikasi.⁷

Berdasarkan teori dan data yang telah peneliti peroleh, dapat diambil informasi bahwa perencanaan komunikasi di IZI perwakilan Sumatera Selatan sangat penting dilaksanakan terutama dalam mengembangkan eksistensinya di Palembang. Perencanaan komunikasi merupakan penyusun rencana komunikasi yang akan dibangun supaya komunikasi berjalan efektif. Perencanaan komunikasi merupakan hal yang mendasar dan diperlukan dalam kegiatan komunikasi sosial, terutama untuk memperkenalkan atau memberitahukan kepada masyarakat luas mengenai lembaga pengelolaan zakat yang di kelolah oleh IZI perwakilan Sumatera Selatan.

Komunikator organisasi memiliki dampak yang tidak dapat disangkal pada fungsi humas dalam suatu organisasi. Kemanjuran hubungan masyarakat, serta sejauh mana hubungan masyarakat terlibat dalam manajemen isu, perencanaan strategis dan pengambil keputusan etis. Semua secara signifikan dipengaruhi oleh komunikator organisasi. Secara normatif, komunikator organisasi harus mencakup otonom untuk fungsi hubungan masyarakat karena ia akan melapor langsung kepada manajer puncak dan secara aktif terlibat dalam manajemen masalah, penasehat etka, dan perencanaan strategis. Inklusi dalam koalisi dominan diinginkan karena komunikator puncak kemudian memainkan peran penting dalam perencanaan strategis dan kebijakan organisasi.⁸

Evaluasi merupakan salah satu rangkaian kegiatan untuk meningkatkan kualitas, kinerja, maupun produktivitas suatu lembaga dalam melaksanakan kegiatan atau program. Melalui

⁷Ida Suryani Wijaya, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan*, Jurnal lentera, Vol. XVIII, No 1, (Juni 2015), h.56.

⁸Mariana Simanjuntak., dkk, *Manajemen Komunikasi dan Organisasi*, (Yayasan Kita Menulis,2022), h.

evaluasi akan diperoleh informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan dapat dilaksanakan, selanjutnya informasi ini digunakan untuk perbaikan kegiatan tersebut.⁹

Dari penelasan diatas dapat disimpulkan bahwa evaluasi dilakukan untuk mengambil keputusan dalam rangka menentukan kebijakan selanjutnya. Setelah melalui perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan IZI juga melakukan langkah selanjutnya yaitu evaluasi komunikasi. Tujuannya adalah untuk dapat mengetahui apakah tujuan pelaksanaan program telah tercapai. Informasi mengenai tingkat ketercapaian program merupakan informasi penting untuk mengidentifikasi secara objektif apakah semua pihak terlibat dalam pelaksanaan program.

2. Faktor pendukung dan penghambat Strategi Manajemen Komunikasi yang dihadapi IZI perwakilan Sumatera Selatan dalam Meningkatkan Kualitas Eksistensinya di Palembang

Setiap perusahaan dalam prosesnya tentu memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam mencapai tujuannya yang sangat mempengaruhi dalam meningkatkan eksistensi IZI di Palembang. Maka dari itu IZI harus siap dalam menghadapi faktor pendukung maupun faktor penghambat yang ada. Menurut analisis peneliti menemukan bahwa yang menjadi faktor pendukung dalam manajemen komunikasi adalah IZI memiliki izin resmi dari Kemenag, sehingga masyarakat dapat mempercayai zakatnya melalui IZI. Kemudian karyawan yang bekerja di IZI merupakan lulusan dari berbagai macam kampus, sehingga dalam meningkatkan eksistensinya IZI memiliki peluang yang besar. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat dalam manajemen komunikasi IZI adalah bahwa IZI beridiri yang bisa dibilang masih sangat muda. Hal ini akan sulit jika harus bersaing dengan lembaga zakat yang sudah lama dan memiliki nama besar di Sumatera Selatan terutama di Palembang. Selain itu juga jumlah karyawan yang belum cukup memadai jika hanya berjumlah 7 orang, sedangkan jangkauan kerja luas.

Dalam hal ini memanfaatkan kekuatan untuk bisa mempromosikan diri atau memperkenalkan diri bahwasannya IZI benar-benar dapat dipercaya oleh masyarakat sebagai lembaga penyalur zakat melalui penjaminan atas legalitas izin yang telah dimiliki oleh IZI. Sedangkan kelemahan ini bisa dihadapi apalagi yang menjadi kelemahan hanya dibagian lamanya berdiri dan jumlah karyawan yang dirasa belum cukup hal ini akan bisa diatasi oleh IZI perwakilan Sumatera Selatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan, yaitu:

1. Strategi manajemen komunikasi IZI perwakilan Sumatera Selatan dalam meningkatkan eksistensinya di Palembang

Perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh IZI merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Karena perencanaan komunikasi memiliki dampak yang banyak disetiap kegiatan atau program yang dilaksanakan oleh IZI. Dalam penyusunan perencanaan komunikasi melibatkan seluruh elemen yang ada di dalam organisasi sehingga karyawan merasa terlibat dan merasa ikut andil dalam penyusunan perencanaan itu. Pengorganisasian komunikasi sudah dilakukan oleh IZI tetapi belum cukup terlihat dan belum berjalan dengan baik, karena dalam menyampaikan informasi dilakukan langsung oleh kepala IZI.

Pelaksanaan komunikasi yang dilakukan oleh IZI sudah berjalan dengan baik, akan tetapi

⁹Suranto, *Perencanaan & Evaluasi Program Komunikasi*, (Pena Pressindo), Cet. Pertama, Januari 2019, h.

terkadang masih terdapat kendala. Kendala tersebut biasanya berasal dari internal dan perbedaan persepsi. Cara mengatasinya dengan mengintensifikan komunikasi antar karyawan dan juga komunikasi dengan masyarakat. Evaluasi komunikasi yang dilakukan oleh IZI adalah dengan mengavaluasi program yang dilakukan agar dapat mengambil keputusan dan untuk menentukan kebijakan selanjutnya. Evaluasi komunikasi ini bertujuan untuk dapat mengetahui apakah tujuan pelaksanaan program telah tercapai atau belum dengan tujuan utama organisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen komunikasi yang digunakan oleh IZI sudah sesuai dengan teori hanya saja kurang maksimal dalam penerapannya. Jika digunakan secara maksimal, maka IZI akan lebih mudah untuk memperkenalkan kepada masyarakat dan bisa menjadi lebih eksis lagi kedepannya.

2. Faktor pendukung dan penghambat strategi manajemen komunikasi yang dihadapi IZI perwakilan Sumatera Selatan

Faktor pendukung yang dimiliki oleh IZI adalah izin resmi dari Kemenag, sehingga masyarakat dapat mempercayakan zakat melalui IZI. Kemudian karyawan yang bekerja di IZI merupakan lulusan dari berbagai macam kampus, sehingga dalam memperkenalkan IZI ke masyarakat cangkupannya lebih luas dan memiliki peluang yang besar. Faktor penghambat yang dihadapi IZI adalah bahwa IZI merupakan lembaga yang baru dan masih sangat muda. Sehingga hal ini akan sulit jika harus bersaing dengan lembaga zakat yang sudah cukup lama dan dengan jumlah karyawan hanya 7 orang belum cukup memadai, sedangkan jangkauan kerja sangat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung:CV. Pustaka Setia).
- Andriani, Maritfa Nika. Mohammad Mukti Ali. 2013. *Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta*, Jurnal Teknik PWK Vol. 2.
- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi Teori-Konsep-kinerja*. (Jakarta: MitraWacana Media).
- Amrin, Abdulah. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. (Jakarta:Grasindo).
- Anar, Dessy. 2003. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Amelia).
- Assauri. Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep,dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Budianto, Apri. 215. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak).
- Choiri, Muttaqin. 2021. *Hukum Zakat di Indonesia*. (Jawa Timur: CV. Global Aksara Pers).
- Fajriah, Lilis Wahidatul. 2018. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Baxo Ibu Pudji Unggaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi. (Semarang, UIN Walisongo).
- Fahmi, Irham. 2013. *Kewirausahaan: Teori Kasus dan Solusi*. (Bandung: Alfabeta).
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. 2016. *Teknik Analisis SWOT*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia).
- Fazrin, Ayu. 2017. *Peranan Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Edi Roti Prabumulih*. Skripsi. (Palembang, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Firdaus dan Fakhry Zamzam. 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish). Cet. Ke-1.
- Fitrah, Muh. Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: CV Jejak), Cet.Ke-1.
- George dan Leslie. 2008. *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Helaluddin, Hengki Wijaya. 2019. *Analisis Data Kualitatif*, (Sekolah Tinggi Theologi Jaffray). Cet. Ke-1.
- Hermawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PTGrasindo).
- Herujito, Yayat M. *Dasar-dasar Manajemen*, (Tidak ada tempat terbit:Grasindo).
- Husein Umar, *Staregic Management in Action*, (Yogyakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), Cet, 5. h. 31.
- Indrayanto. 2017. *Metodologi Penelitian*, (Palembang: Cv. Amanah).
- Insani, Nur. 2021. *Hukum Zakat, Peran Baznas Dalam Pengelolaan Zakat*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish).Kamus Besar Nahasa Indonesia (2002).
- Kencono, Renita Ayu. 2019. *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Mandiri KCP Gombang Kebumen*, Skripsi. (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri).
- Kennedy, John E dan R. Darmawan Soemanagara. 2009. *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*, (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer).

- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. (Bandung: Alfabeta).
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*, (Zifatama Publisher, Anggota IKAPI No. 149/JTI/2014.). Cet. Ke-1.
- Meyrin, Lenny. 2014. *Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Pengguna Iklan Di Harian Komentor Manado*. Vol. III. No. 3.
- Moleong. Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: RemajaRosdakarya).
- Ningsih. 2019. *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT Pelabuhan Indonesia 1 Persero Medan)*. Skripsi. (Medan: UIN Sumatera Utara).
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama)