

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Muhammadiyah (Lazismu) dalam Mendapatkan Sumbangan dari Muzakki di Kota Kendal Tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan dan mengetahui kendala yang dihadapi oleh Lazismu (Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah) dalam mendapatkan sumbangan dari muzakki di Kota Kendal. Adapun jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lazismu Kota Kendal menggunakan strategi komunikasi melalui fundraiser dengan cara menggunakan media yang meningkatkan jumlah penghimpunan serta menambah jumlah muzakki, yaitu menggunakan media kaleng KIS (Kaleng Infaq Shodaqoh) karena lebih mudah dan nyaman. Sedangkan kendala Lazismu dalam mendapatkan sumbangan dari muzakki adalah banyaknya masyarakat yang masih berstigma bahwa Lazismu adalah milik Muhammadiyah, jadi selain warga Muhammadiyah tidak berhak mengakses atau memberikan sumbangan kepada Lazismu. Ada beberapa pihak yang ingin memiliki andil banyak yang justru memperlambat proses penghimpunan dan pendistribusian. Kemudian proses pembuatan kaleng yang memerlukan waktu dan pendataan KIS (Kaleng Infaq Shodaqoh) yang tersebar belum valid.

**Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Lazismu.**

## ABSTRACT

The research is titled Communication Strategy of Lembaga Amil Infaq And Shodaqoh Muhammadiyah (LazisMu) in Obtaining Donations from *Muzakki* in City of Kendal at 2018. LazisMu is a charity institution that collects or raise funds of the zakat, shadaqah, and other forms of donations. This study aims to describe communication strategies that are used and obstacles faced by Lazismu (Zakat of Amil Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah) in raising donation funds from *muzakki* at the Kendal City. The study conducted as qualitative descriptive research and the data collected by observation, interviews, and documentation. The result of the study shows that the communication strategy of LazisMu at the City of Kendal is using charity box made from can to reach more community member and increase the number of muzakki. This program called Kaleng Infaq Shadaqah (KIS) and it is used because it is easier and safer. The obstacle of LazisMu in raising charity funds from *muzakki* is the misperception of the community member about LazisMu affiliative status to Muhammadiyah. Many community members guess that LazisMu only provides help for people affiliated to Muhammadiyah organization, They also think that community member that not affiliated to Muhammadiyah cannot give the donation to LazisMu. Other obstacles are mismanagement of donation distribution processes, cans production for KIS program that takes a long time, and data problem.

**Keywords:** Communication, LazisMu, Strategy