

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Strategi Komunikasi Pembina Lembaga Amil Zakat Ashpen dalam Mengumpulkan Zakat di Kota Bukittinggi**”. Disusun oleh **Nadya Tulhusna** NIM **4322013** Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Sjech. M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran komunikasi dalam meningkatkan kesadaran, kepercayaan, dan partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat melalui lembaga resmi. Selain itu, LAZ Ashpen sebagai lembaga zakat yang relatif baru mampu menunjukkan peningkatan signifikan dalam penghimpunan zakat, sehingga menarik untuk diteliti dari perspektif strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk strategi komunikasi yang diterapkan oleh Pembina LAZ Ashpen serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dalam proses pengumpulan zakat di Kota Bukittinggi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap Pembina LAZ Ashpen serta pihak terkait. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai strategi komunikasi yang diterapkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pembina LAZ Ashpen dirancang secara terencana dengan mengacu pada model komunikasi *Who Says What In Channel To Whom With What Effect*. Strategi tersebut meliputi pemilihan komunikator, penetapan sasaran komunikasi, penyusunan pesan, media yang digunakan serta effect yang diharapkan. Faktor pendukung dari strategi komunikasi Pembina tersebut terbagi menjadi 2 yaitu, faktor internal yang terdiri dari regulasi yang tepat, keberadaan database dan tim kerja yang solid. Sedangkan faktor eksternalnya yaitu kepercayaan masyarakat, adanya dukungan muzaki, dan akses media dan teknologi informasi. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang terencana dan adaptif berperan penting dalam meningkatkan efektivitas pengumpulan zakat di LAZ Ashpen Kota Bukittinggi.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Zakat