

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Aksi Cepat Tanggap (ACT)

Aksi Cepat Tanggap (ACT) secara resmi pada tanggal 21 April 2005, diluncurkan secara hukum sebagai yayasan yang bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan. Untuk memperluas karya, Aksi Cepat Tanggap mengembangkan aktivitasnya, mulai dari kegiatan tanggap darurat, kemudian mengembangkan kegiatannya ke program pemulihan pasca bencana, pemberdayaan dan pengembangan masyarakat, serta program berbasis spiritual seperti Qurban, Zakat dan Wakaf.¹

Aksi Cepat Tanggap didukung oleh donatur publik dari masyarakat yang memiliki kepedulian tinggi terhadap permasalahan kemanusiaan dan juga partisipasi perusahaan melalui program kemitraan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebagai bagian dari akuntabilitas keuangannya Aksi Cepat Tanggap secara rutin memberikan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik kepada donatur dan pemangku kepentingan lainnya, serta mempublikasikannya melalui media massa.²

Pada tahun 2012 Aksi Cepat Tanggap mentransformasi dirinya menjadi sebuah lembaga kemanusiaan global, dengan jangkauan aktivitas yang lebih luas. Pada skala lokal, Aksi Cepat Tanggap mengembangkan jaringan untuk seluruh provinsi, baik dalam bentuk jaringan relawan dalam wadah MRI (Masyarakat Relawan Indonesia) maupun dalam bentuk jaringan kantor cabang Aksi Cepat Tanggap. Jangkauan aktivitas program tersebut kini telah menjangkau 30 provinsi dan 100 kabupaten atau kota di seluruh Indonesia.

Pada skala global, Aksi Cepat Tanggap telah mengembangkan jejaring dalam bentuk *representative person* sampai menyiapkan kantor Aksi Cepat Tanggap di luar negeri. Jangkauan aktivitas program global tersebut telah

¹ “Sejarah ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 06.59 WIB dalam <https://act.id/tentang/sejarah>

² “Sejarah ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 07.08 WIB dalam <https://act.id/tentang/sejarah>

menjangkau 22 Negara di kawasan Asia Tenggara, Asia Selatan, Indocina, Timur Tengah, Afrika, Indocina dan Eropa Timur. Wilayah kerja Aksi Cepat Tanggap dalam skala global dimulai dengan keterlibatan dalam setiap tragedi kemanusiaan di berbagai belahan dunia seperti bencana alam, kelaparan dan kekeringan, konflik dan peperangan, termasuk penindasan terhadap kelompok minoritas di berbagai negara.

Dengan semangat kolaborasi kemanusiaan, Aksi Cepat Tanggap mengajak seluruh elemen masyarakat dan lembaga kemanusiaan untuk terlibat bersama. Berbekal pengalaman selama puluhan tahun di dunia kemanusiaan, ACT melakukan edukasi bersama, membuka jaringan kemitraan global yang telah menjadi sarana kebersamaan. Semua program global Aksi Cepat Tanggap telah menjadi sarana untuk menjalin kemitraan berbagai lembaga amal zakat, komunitas peduli, artis dan publik figur yang memiliki visi yang sama untuk kemanusiaan.

Tahun 2014 merupakan awal bagi ACT untuk menjalin kolaborasi kemanusiaan dunia, bersamaan dengan visi baru: menjadi lembaga kemanusiaan global profesional, berbasis kedermawanan dan kerelawanan masyarakat global, ACT ingin mewujudkan peradaban dunia yang lebih baik. Menghadirkan sebuah dunia yang nyaman bagi umat manusia, dunia beradab dan memiliki peradaban mulia di bawah naungan cahaya ilahi. Cita-cita ini akan menjadi nyata dengan keterlibatan semua pihak. ACT memiliki keyakinan penuh, bantu bersama mewujudkannya.³

2. Visi dan Misi Aksi Cepat Tanggap (ACT)

a. Visi

Menjadi organisasi kemanusiaan global professional berbasis kedermawanan dan kerelawanan masyarakat global untuk mewujudkan peradaban dunia yang lebih baik.⁴

b. Misi

1) Mengorganisir dan mengelola berbagai persoalan kemanusiaan secara terencana, terkonsep,

³ “Sejarah ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 07.15 WIB dalam <https://act.id/tentang/sejarah>

⁴ “Visi Misi ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 07.31 WIB dalam https://act.id/tentang/visi_misi

terintegrasi, dan berkesinambungan sehingga menjadi formula ideal dalam mengatasi berbagai problem kemanusiaan baik dalam skala lokal, nasional, regional, maupun global.

- 2) Mengorganisir dan mengelola segala potensi kedermawanan masyarakat global sebagai modal sosial untuk mengatasi berbagai problem kemanusiaan baik dalam skala lokal, nasional, regional, maupun global.
- 3) Mengorganisir dan mengelola segala potensi kerelawanan global sebagai modal sosial untuk mengatasi berbagai problem kemanusiaan baik dalam skala lokal, nasional, regional, maupun global.⁵

3. Struktur Organisasi Aksi Cepat Tanggap (ACT)

- a. Dewan Pembina Pusat

Ketua	: N Imam Akbari
Anggota	: Bobby Herwibowo, Lc Dr Amir Faishol Fath, Lc, MA Hariyana Hermain
- b. Dewan Pengawas

Ketua	: H Sudarman, Lc
Anggota	: Sri Eddy Kuncoro
- c. Pengurus

Ketua	: Ibnu Khajar
Sekretaris	: Sukorini
Bendahara	: Echwan Churniawan ⁶

2. Program Aksi Cepat Tanggap (ACT)

- a. GHR (*Global Humanity Response*)

GHR merupakan bagian dari Aksi Cepat Tanggap yang siap merespon peristiwa kemanusiaan global seperti bencana alam dan konflik yang mengakibatkan ribuan orang mengungsi dan menderita. Bermitra dengan lembaga-lembaga kemanusiaan di Negara tujuan, program ini merupakan program

⁵ “Visi Misi ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 07.31 WIB dalam https://act.id/tentang/visi_misi

⁶ “Manajemen ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 07.45 WIB dalam <https://act.id/tentang/manajemen>

pemberian bantuan *emergency* dan *relief* untuk korban bencana seperti bahan pangan, sandang, obat-obatan, juga layanan kesehatan. Program GHR mengajak relawan-relawan yang berasal dari Indonesia yang tinggal di Negara terdampak bencana atau mengajak relawan lokal untuk terlibat membantu pengungsi.⁷

b. Masyarakat Relawan Indonesia (MRI)

MRI merupakan kepanjangan dari Masyarakat Relawan Indonesia (*Indonesia Volunteer Society*). Kontruksi MRI terdiri dari tiga penggal kata, yakni: Masyarakat, Relawan, dan Indonesia. Masyarakat merupakan kumpulan individu-individu dari satu komunitas, baik komunitas mikro maupun makro. Relawan merupakan individu atau sekumpulan individu yang bersedia berkontribusi terhadap perubahan positif pada suatu bencana tanpa pamrih mengharap suatu imbalan.⁸

c. Global Qurban

Global Qurban merupakan program qurban yang dilakukan secara professional oleh salah satu unit di bawah Lembaga Aksi Cepat Tanggap (ACT). Berdiri sejak tahun 2005, Aksi Cepat Tanggap telah konsisten melaksanakan program qurban. Namun, sebagai unit khususnya yang profesional, global qurban mulai dilaksanakan pada tahun 2011 M/ 1432 H.⁹ Program ini bertujuan untuk melatih jiwa kedermawanan sosial (*philanthropy*), sehingga potensi luar biasa yang dimiliki qurban bisa berperan sebagai solusi untuk mengatasi kemiskinan dan membangun kesejahteraan.

d. *Sympathy of Solidarity* Palestina (SOS Palestina)

Sympathy of Solidarity Palestina atau SOS Palestina merupakan program Internasional Aksi Cepat Tanggap untuk membantu masyarakat Palestina yang menderita akibat konflik dan penjajahan berkepanjangan. SOS Palestina adalah program masyarakat Indonesia.

⁷ “Program ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 08.15 WIB dalam <https://act.id/tentang/program>

⁸ “Program ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 08.21 WIB dalam <https://act.id/tentang/program>

⁹ “Program ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 08.29 WIB dalam <https://act.id/tentang/program>

e. *Disaster Management Institute of Indonesia (DMII)*

Aksi Cepat Tanggap membentuk *Disaster Management Institute of Indonesia (DMII)*, yang merupakan lembaga yang mengelola *best practice* manajemen penanggulangan bencana sekaligus sebagai pusat studi, data, dan informasi kebencanaan Indonesia. Lembaga ini dirancang sebagai mitra masyarakat dalam mengurangi resiko bencana dan pusat referensi dari seluruh pengetahuan dan pengalaman praktis Aksi Cepat Tanggap dalam menangani bencana lebih dari dua puluh tahun. Program edukasi dan manajemen kebencanaan untuk masyarakat yang mengusung konsep Manajemen Bencana Terpadu (MBT) dengan aktivitas meliputi; pelatihan, konsultasi, dan penelitian berbasis keahlian akademis praktis dan empiris di bidang penanganan bencana alam dan sosial secara terpadu. DMII juga telah menghasilkan Standard Operational Procedure (SOP) penanggulangan bencana dan kondisi darurat, selain juga menjadi konsultan untuk pusat-pusat pendidikan kebencanaan.¹⁰

3. Media Sosial Aksi Cepat Tanggap (ACT)

Aksi Cepat Tanggap (ACT) memiliki beberapa akun resmi media sosial, diantaranya:

- | | |
|---------------------------|--|
| a. Facebook | : Aksi Cepat Tanggap |
| b. Twitter | : ACTforHumanity |
| c. Instagram | : actforhumanity |
| d. Website Resmi (act.id) | |
| e. Youtube | : Aksi Cepat Tanggap |
| f. Google+ | : ACT-Aksi Cepat Tanggap
(ACT for Humanity) |

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Data Tentang Strategi Komunikasi Dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati dalam Menarik Minat Sedekah Masyarakat

Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati merupakan yayasan yang bergerak dibidang sosial dan kemanusiaan di Indonesia,

¹⁰ “Program ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 08.45 WIB dalam <https://act.id/tentang/program>

keberadaan ACT Pati mempunyai aktivitas berbagai program kegiatan tanggap darurat, pemulihan kebencanaan, pemberdayaan dan pengembangan masyarakat, serta program berbasis spiritual seperti Qurban, Zakat dan Wakaf.¹¹

Strategi komunikasi dakwah dalam menarik minat sedekah masyarakat yaitu dengan cara pendekatan terhadap pemberi dana atau donatur. Salah satunya hal terpenting dalam pendekatan target adalah dengan merancang strategi komunikasi untuk mengajak kepada kebaikan yaitu komunikasi dakwah. Strategi komunikasi yang tepat dari ACT dapat mempengaruhi khalayak membuat keputusan, dalam hal ini adalah memberikan donasi kepada suatu organisasi untuk membiayai program-program yang akan dilaksanakan.

Bapak Gufiadi Setyo Indrawan selaku ketua cabang ACT Pati, menyampaikan strategi komunikasi dakwah dalam menarik minat sedekah masyarakat yang telah dilakukan di ACT Pati Raya yang meliputi 5 kabupaten yaitu Pati, Kudus, Rembang, Jepara dan Blora antara lain adalah;

a. Menentukan Tujuan Komunikasi

ACT Pati adalah lembaga sosial berbasis agama yang memiliki tujuan komunikasi untuk mengajak umat muslim peduli kepada sesama umat manusia, yakni dengan berbentuk simpati dan empati. Sedekah adalah hal yang sangat dianjurkan dalam Islam, hal ini dakwah ACT Pati mengajak dan mempengaruhi orang untuk beramal dan meningkatkan jiwa sosial. Tugas Pokok ACT sebagai pengelola adalah lembaga yang menghimpun dana sedekah dari para donator. Kemudian mengelola dan mendistribusikan dana tersebut dengan melalui program-program yang telah di buat di ACT Pati.¹²

b. Menentukan Segmentasi Khalayak

Segmentasi khalayak ACT Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat yakni umat Islam yang berada dalam wilayah Pati Raya (meliputi Kudus, Jepara, Pati, Rembang dan Blora) untuk menjadi donatur, dimana wilayah Pati Raya mayoritas umat muslim. Segmentasi dalam mengajak

¹¹ “Sejarah ACT”, Act.id, Diakses pada 1 Juli 2022 pukul 07.08 WIB dalam <https://act.id/tentang/sejarah>

¹² Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

bersedekah tidak memiliki batasan usia, karena berbagi harus diajarkan dan dibiasakan dari kecil.¹³

Segmentasi khalayak sebagai penerima bantuan adalah dari kategori golongan orang lemah, seperti lansia, difabel dan orang yang sedang terkena musibah. Salah satu program ACT Pati yang sudah terlaksana pada hari Jum'at tanggal 10 Juni 2022 adalah Program “Distribusi Paket Pangan Lansia”. Puluhan paket dibagikan tim Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati yang dibantu pendistribusian oleh Masyarakat Relawan Indonesia (MRI) Kabupaten Pati ke lansia-lansia yang berada di Kabupaten Pati. Adapun target distribusi yang dituju antara lain lansia pra sejahtera yang masih melakukan aktivitas kerjanya dalam usia senja, dalam keterbatasan ekonomi dan lansia dhuafa yang sedang sakit di rumah.¹⁴

c. Penyusunan dan Perencanaan

Penyusunan dan Perencanaan yang dilakukan ACT Pati dilakukan oleh tim program. Tim program menjadi mesin penggerak utama dalam membuat program yang menarik para donatur untuk menyisihkan sebagian hartanya dalam mendukung program tersebut. Tim program membuat program sesuai dengan kabar kebencanaan lokal yang masih hangat dan program-program yang mendekati hari-hari tertentu, seperti hari qurban dan lain sebagainya.

Program yang telah di rencanakan akan dibuat dengan bentuk proposal dan selebaran pamphlet online. Bentuk proposal akan di sebarluaskan oleh tim Partnership atau sering disebut tim lapangan dan tim marketing. Tim Partnership yang akan menyebarkan ke mitra-mitra donatur. Mitra donatur ini bisa dari kalangan instansi pemerintah, swasta, komunitas, masjid, kemudian badan Amil sejenis, badan amil NGO (*Non-Governmental Organization*) seperti dalam bagian-bagian tertentu yang mereka belum punya akses. Seperti di Palestina, Afganistan atau yang lain. Jika tim Partnership mendatangi donatur secara langsung, maka

¹³ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

¹⁴ Eko Mulyantoro, “Tim Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati Dibantu MRI Distribusikan Paket Pangan Buat Lansia”, Juni. 10, 2022. <https://jeparanews.sigapnews.co.id/sosial/sn-36787/tim-aksi-cepat-tanggap-act-pati-dibantu-mri-distribusikan-paket-pangan-buat-lansia>

ada tim lain yang menyampaikan secara online yaitu ada CRO (*Customer Relationship Officer*). CRO mempunyai tugas untuk mengudarakan proposal melalui email atau menyebarkan pamphlet mempromosikan progam lewat media sosial lainnya.

Salah satu program ACT Pati yang dijelaskan oleh Gufiadi Setyo Indrawan yaitu, Sedekah Daging Qurban Untuk Muallaf. Dalam program tersebut pihak ACT Pati mengaksessment ke daerah-daerah yang memiliki muallaf dengan kondisi perekonomian yang tidak baik, yaitu daerah yang minim *aqidah*. Daerah Pati Raya merupakan daerah yang masyarakatnya ekonomi menengah kebawah. Dengan ini menjadi perhatian ACT Pati, jangan sampai saudara sesama muslim mengalami murtad hanya karena faktor ekonomi meninggalkan ajaran Islam. Selain itu juga ada program sedekah daging untuk dikirim keluar negeri, seperti korban gempa di Afganistan.¹⁵

d. Pemilihan Media dan Metode

Media yang digunakan yaitu CTA (*Call to Action*). CTA adalah ajakan kepada para donatur untuk bersedekah atau berdonasi melalui ACT, untuk saudara-saudara kita yang sedang tertimpa bencana. Dalam bentuk berupa nomer rekening atau melalui tautan dan link, untuk mempermudah mengajak dan mensalurkan donasi atau bantuan sahabat dermawan. Menyebarkan berita lewat pesan teks dengan menyertakan link, yang otomatis masuk ke satu web atau link untuk donasi. Seperti salah satu kasus kejadian banjir di Tanjung Rejo Pati pada tanggal 28 Juni 2022. ACT Pati membuat poster digital yang memberikan kondisi masyarakat yang terdampak bencana dan kebutuhan yang dibutuhkan. Kemudian ajakan untuk bersedekah atau berdonasi juga dibuat dan disebarluaskan di berbagai platform digital.¹⁶

Metode yang digunakan ACT Pati dalam mengajak bersedekah yaitu melalui 2 pendekatan;

- 1) Pendekatan personal dengan seorang donatur atau *muzakki*. Yaitu membagikan informasi program lewat

¹⁵ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

¹⁶ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

chat pribadi yang dilakukan tim Partnership maupun tim yang lain.

- 2) Pendekatan melalui lembaga, misalnya ACT Pati melakukan pendekatan kepada instansi seperti sekolah atau masjid. Melalui lembaga, mereka membagikan program melalui proposal kerjasama yang nantinya akan memunculkan donatur. Hal tersebut dilakukan secara personal atau retail dan juga donatur yang bersifat lembaga atau mitra salur.¹⁷

e. Peranan Komunikator

ACT Pati bergerak sebagai komunikator. Semua tim memiliki tugas yang berbeda-beda tetapi dengan tujuan yang sama, yaitu mengajak dan memotivasi masyarakat untuk bersedekah. Dengan bentuk menyisihkan hartanya untuk berbagi kepada sesama yang membutuhkan. Namun tugas spesifik segi komunikator yaitu tim Partnership, mereka yang sering bertemu langsung dengan calon-calon donatur yaitu masyarakat. Terlepas dari tugas masing-masing tim, mereka tetap kesatuan untuk menjadi komunikator sebagai ACT Pati. Ini adalah tugas dan kewajiban relawan ACT, untuk bisa mengenalkan ACT pada masyarakat di Pati Raya pada umumnya dan kabupaten Pati pada khususnya. Jadi kita masih terus mengajak kebaikan untuk bisa membantu saudara-saudara kita yang membutuhkan.¹⁸

Menarik minat sedekah dari sudut pandang donatur di zaman sekarang banyak sekali faktornya. Umi salamah salah satu donatur ACT Pati, mengatakan bahwa ia tertarik ikut berpartisipasi karena melihat tanpa sengaja postingan di sosial media Instagram @act.pati. Postingan tersebut berisi program Ramadhan Pati Raya yang terdiri dari Bagi Iftar, Berbagi Al-Quran, Kado Yatim, Bingkisan Lansia dan Santunan Difabel yang diposting pada tanggal 8 April 2022. Bertepatan bulan Ramadhan Umi Salamah ingin meningkatkan ibadah dan pahalanya, sehingga menyisihkan uang jajannya sebagai

¹⁷ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

¹⁸ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

mahasiswa untuk berdonasi. Melalui transfer rekening bank yang termuat dalam postingan tersebut.¹⁹

Sosial media memiliki dampak yang besar dalam masyarakat. Selain Umi Salamah, ada Maisyaroh yang mulai mengenal dan mengetahui ACT Pati dari sebuah postingan program Roadshow. Menghadirkan bintang tamu Baraa Masoud yang merupakan seorang Qori', Nasheed sekaligus Artist idola dari Maisyaroh. ACT Pati mengunggah postingan tersebut pada tanggal 7 maret 2022. Berisi informasi akan menghadirkan Baraa Masoud, dalam Program Road Show Tarhah Ramadhan 1443 H bertema "Surat Cinta Kasih". Dalam kegiatan tersebut Maisyaroh mengikuti salah satu programnya, yaitu Talkshow di BMT Yaummi Fatimah Pati dihadiri kurang lebih 200 peserta dari berbagai kalangan. Dari kegiatan tersebut Maisyaroh mempercayai kehadiran ACT Pati sebagai lembaga Pengelola kegiatan kemanusiaan dan sosial.²⁰ Dari kepercayaan tersebut akan mudah menarik menjadi salah satu donatur diberbagai program ACT.

Selain sosial media, ACT Pati juga bekerja sama dengan berbagai pihak dalam membuat program yang menarik minat sedekah. Adi Saputra salah satu pendengar setia Suara Pati FM, mengatakan bahwa dirinya ikut berpartisipasi dalam program "Bagi-bagi Takjil Gratis Bareng Suara Pati FM". Program tersebut dilaksanakan pada bulan Ramadhan 1443 H. Adi tertarik ikut berdonasi karena kegiatan bagi-bagi takjil sudah familiar. Selain itu, Adi juga ingin mendapatkan pahala yang berlipat ganda di bulan Ramadhan.²¹

Kebencanaan adalah musibah yang mempunyai dampak yang besar dalam kerusakan alam lingkungan dan rumah warga setempat. Selasa 28 Juni 2022 hujan disertai angin kencang di wilayah Desa Tanjungrejo, menyebabkan banjir disertai puluhan rumah rusak. Tidak adanya korban jiwa atas bencana alam ini, namun kondisi terkini rumah-rumah dan bangunan lainnya hancur serta terendam lumpur. Adapun bantuan mendesak yang sangat dibutuhkan oleh para penyintas adalah

¹⁹ Umi Salamah, wawancara oleh peneliti, 15 Juli 2022, wawancara 2, transkrip.

²⁰ Maisyaroh, wawancara oleh peneliti, 15 Juli 2022, wawancara 3, transkrip.

²¹ Adi Saputra, wawancara oleh peneliti, 16 Juli 2022, wawancara 4, transkrip.

bahan makanan, obat-obatan, pakaian anak, pakaian sekolah, makanan bayi atau balita, hygiene kit serta pembalut.²² Khoirul Anwar sebagai masyarakat setempat yang dekat dengan lokasi bencana, bersimpati dan ikut berpartisipasi memberi donasi lewat rekening atas nama ACT. Kabar tersebut Khoirul dapat dari status Whatsapp temannya yang merupakan Relawan ACT Pati.²³

2. Data Tentang Faktor-Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati Dalam Menarik Minat Sedekah Masyarakat

Faktor penghambat strategi komunikasi dakwah ACT Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat yang diungkapkan Gufiadi Setyo Indrawan yaitu;

- a. Internal. Semangat relawan ACT yang masih naik turun dalam mensosialisasikan kepada masyarakat. Untuk itu tugas ACT Pati untuk memotivasi para relawan, untuk selalu membantu masyarakat yang membutuhkan.²⁴
- b. Eksternal. Banyaknya lembaga diluar sana NGO (*Non-Governmental Organization*) yang juga berkiprah dibidang kemanusiaan dan kegiatan sosial, seperti; OCTA (Organisasi Cinta Tanah Air) Pati, Yayasan Sedekah Jama'ah Margerejo Pati, Kantor Layanan An-Najah Pati Peduli, Yayasan Amal Online Mandiri Wergu Kulon Kudus dan masih banyak lagi. Selain itu sekolahan dan yayasan sebagian sudah mempunyai LAZ (Lembaga Amil Zakat) sendiri-sendiri.

Faktor-faktor penghambat menjadikan amil ACT Pati sebagai motivasi dan kekuatan. Tidak semua LAZ atau lembaga sosial memiliki segment seperti ACT Pati, dimana ACT tidak cuma berfokus pada Zakat melainkan juga menyalurkan kebencanaan keseluruh pelosok Indonesia, bahkan sampai luar negeri seperti Palestina.²⁵

²²“ACT Pati”, Instagram.id, Diakses pada 11 Juli 2022 pukul 08.03 WIB dalam <https://www.instagram.com/p/CfbHiJeron3/>

²³ Khoirul Anwar, wawancara oleh peneliti, 16 Juli 2022, wawancara 5, transkrip.

²⁴ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

²⁵ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

3. Data Tentang Faktor-Faktor Pendukung strategi komunikasi dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat

Faktor pendukung strategi komunikasi dakwah ACT Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat adalah masyarakat itu sendiri. Seperti diketahui penduduk di Indonesia adalah 90% muslim, dan itu merupakan potensi terbesar bagi ACT. Ini yg harus menjadi fokus dari ACT, untuk bisa mengajak masyarakat Indonesia ini berlomba-lomba dalam kebaikan. Itu potensi utamanya disitu jadi pendukung utamanya dari masyarakat.²⁶

Gufiadi Setyo Indrawan mengatakan di Pati hampir sebagian atau hampir 90% adalah muslim, dari 90% muslim ini akan menjadi track dari segmen zakat, segmen wakaf dan segmen sedekah. Segmennya yang bermacam-macam ada dari penduduk, masjid, sekolah dan lainnya. Potensinya sangat besar dan banyak. Hal itu menjadi pendukung utama di ACT Pati, untuk bisa menggali potensi-potensi yang ada di Pati yakni mengajak kolaborasi dalam berlomba-lomba dalam kebaikan.²⁷

Kemajuan zaman disertai berkembangnya teknologi informasi, mempermudah menyampaikan kabar secara luas dan cepat. Kemudahan masyarakat dalam mengakses teknologi informasi, menjadi faktor pendukung yang sangat banyak diminati oleh khalayak muda yang menjadi target donatur. Donatur ACT Pati mengenal lembaga tersebut kebanyakan lewat informasi di sosial media. Instagram merupakan salah satu media social ACT Pati. Instagram tersebut memiliki 1176 pengikut dan 1121 postingan, sejak bergabung di Instagram pada bulan Februari 2021.²⁸ Semua serba digital, ACT memanfaatkan semua itu mulai dari menyebarkan informasi korban bencana atau seseorang yang membutuhkan uluran tangan kita seperti lansia, fakir miskin dan lainnya. Sampai dengan bagaimana cara berdonasi yang mudah disertai berkembangnya teknologi *mobile banking*, dengan menstransfer ke rekening bank atas nama Aksi Cepat Tanggap.²⁹

²⁶ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

²⁷ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

²⁸ Data Hasil Observasi ACT Pati

²⁹ Data Hasil Observasi ACT Pati

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati dalam Menarik Minat Sedekah Masyarakat

Menarik minat sedekah masyarakat harus menggunakan kajian strategi komunikasi agar efektif dan efisien. Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat mereka menggunakan beberapa strategi, salah satunya strategi komunikasi dakwah.³⁰ Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, penerima, sampai pengaruh atau efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.³¹ Strategi komunikasi dalam menarik minat sedekah masyarakat menitik beratkan pendekatan kepada pemberi dana atau donatur. Sehingga merancang strategi komunikasi dalam hal ini menggunakan komunikasi dakwah. Komunikasi dakwah yang tepat, dapat mempengaruhi khalayak membuat keputusan dalam memberikan donasi kepada organisasi atau lembaga untuk merealisasikan program yang disosialisasikan.

ACT Pati merupakan sebuah mitra lembaga amal berbasis keagamaan dimana dana yang dikumpulkan merupakan dana amal yang menjadi bagian dari perintah agama yaitu *Zakat, Infak, Shadaqah* (ZIS) dan wakaf.³² Sebagai salah satu lembaga kemanusiaan berbasis agama di Indonesia, keberadaan ACT Pati diharapkan dapat menurunkan angka kemiskinan di Indonesia. Dengan melaksanakan berbagai program kemanusiaan dalam bentuk membantu umat manusia, khususnya warga Indonesia yang membutuhkan. ACT Pati merancang strategi komunikasi dakwah dengan sangat baik agar tujuan utamanya mampu memotivasi masyarakat untuk bersedekah.

ACT Pati merupakan salah satu cabang dari ACT Pusat yang berkantor di Jakarta. Cabang ACT Pati merupakan wilayah Pati Raya yang meliputi 5 kabupaten yaitu Pati, Kudus, Rembang, Jepara dan Blora.³³ Menurut Onong Uchjana Effendy

³⁰ Data Hasil Observasi ACT Pati.

³¹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Edisi Revisi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 64.

³² Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

³³ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*managemen communication*) untuk mencapai suatu tujuan.³⁴ Tujuan ACT Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat, agar dapat mendayagunakan dana sedekah masyarakat untuk membantu terhadap sesama yang membutuhkan. Mencapai hal tersebut ACT Pati harus merancang komunikasi dan manajemen komunikasi dakwah dengan melihat beberapa unsur sebagai berikut;

- a. Menentukan tujuan komunikasi dakwah yang akan diterapkan

Tujuan komunikasi dakwah adalah komunikasi informatif dan persuasif. Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam Onong Uchjana Effendy tujuan sentral strategi komunikasi terdiri dari tiga tujuan, yaitu: pertama, *To secure understanding*, memastikan komunikasi menerima pesan yang disampaikan. Kedua, *To establish acceptance*, komunikasi sudah mengerti dan menerima pesan, kemudian dibina. Ketiga, *To motivate action*, kegiatan dimotivasi.³⁵

Tugas utama ACT Pati sebagai pengelola lembaga sosial adalah menghimpun dana sedekah dari para donator, serta mengelola dan mendistribusikan dana tersebut. Hal itu dilakukan melalui program-program yang telah direncanakan oleh ACT Pati. ACT Pati sebagai lembaga sosial berbasis agama, yang memiliki tujuan mengajak dalam kebaikan. Menggunakan komunikasi dakwah untuk mempengaruhi umat muslim, agar meningkatkan rasa simpati dan empati kepada sesama umat manusia yang hidup di bumi. Salah satu bentuknya kegiatan nyatanya adalah dengan bersedekah, sedekah sendiri sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Hal ini tujuan dari dakwah ACT Pati, yakni mengajak dan mempengaruhi orang terutama muslim untuk meningkatkan jiwa sosial dengan bersedekah.³⁶

³⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung:PT. Remaja Rosda Karya, 2008), 29.

³⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, 35.

³⁶ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

- b. Menentukan segmentasi khalayak yang akan dijadikan target donatur.

Memahami khalayak terutama yang menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Sebelum melancarkan komunikasi, sangat diperlukan mempelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi. Semua tergantung pada tujuan komunikasi tersebut, apakah komunikasi diharapkan hanya sekedar mengetahui (metode informatif) atau mengharapkan komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif).³⁷

Segmentasi khalayak ACT Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat untuk menjadi donatur, yakni umat Islam yang berada dalam wilayah Pati Raya (meliputi Kudus, Jepara, Pati, Rembang dan Blora). Di wilayah Pati Raya mayoritas penduduk umat muslim. Segmentasi dalam mengajak bersedekah tidak memiliki batasan usia, karena berbagi harus diajarkan dan dibiasakan dari kecil.³⁸

- c. Menentukan strategi penyusunan yang akan di terapkan.

Penentuan strategi yang dilakukan ACT Pati dilakukan oleh tim program. Tim program menjadi mesin penggerak utama dalam membuat program yang menarik para donatur, untuk menyisihkan sebagian hartanya dalam mendukung program tersebut. Tim program membuat program sesuai dengan issue terkini, seperti kabar bencana lokal yang masih hangat. Selain itu program-program yang mendekati hari-hari perayaan tertentu, seperti hari qurban, hari kemerdekaan dan lain sebagainya.³⁹

Gufiadi Setyo Indrawan sebagai ketua cabang ACT Pati menjelaskan bahwa, program yang telah di rencanakan akan divisualisasikan dengan bentuk proposal dan selebaran pamphlet online. Bentuk proposal akan di sebarluaskan oleh tim Partnership, yang memiliki tugas sebagai tim lapangan dan tim marketing kepada mitra-mitra donatur. Mitra donatur terdiri dari kalangan instansi pemerintah, swasta,

³⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, 38.

³⁸ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

³⁹ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

komunitas, dan masjid.⁴⁰ Salah satu program ACT yaitu “Sedekah Daging Qurban Untuk Mualaf”. Dalam program tersebut, pihak ACT akan melakukan *asesment* ke daerah-daerah yang memiliki mualaf dengan kondisi perekonomian yang tidak baik. Tentunya daerah yang minim *aqidah*. Program ini dibuat dalam menyambut bulan Dzulhijjah sebagai bulan Haji dan pelaksanaan Qurban di hari Raya Idul Adha. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan kepedulian sesama umat muslim. Terlebih seorang mualaf sangat perlu diperhatikan, agar meningkatkan cinta kasih dengan keyakinan yang dipilih. Daerah Pati Raya merupakan daerah yang masyarakatnya ekonomi menengah kebawah. Dengan ini menjadi perhatian ACT Pati, jangan sampai saudara sesama muslim mengalami murtad hanya karena faktor ekonomi rela meninggalkan *aqidah* Islam.⁴¹

- d. Pemilihan Media dan Metode dalam menarik minat sedekah. Memilih media komunikasi akan mudah jika sudah mengetahui beberapa sifat dari komunikasi, dan mengetahui efek atau pengaruh apa yang kehendaki dari komunikasi, maka memilih cara mana yang diambil untuk berkomunikasi sangatlah penting, karena berkaitan dengan media yang harus digunakan.⁴² Media komunikasi tidak ada yang terbaik, karena masing-masing media memiliki kelebihan dan kekurangan.

Menarik minat sedekah memiliki banyak media dan metode yang dapat digunakan. Tergantung dengan siapa target khalayak masyarakat yang menjadi donatur. Salah satu media yang digunakan yaitu CTA (*Call to Action*). CTA merupakan ajakan kepada para donatur untuk bersedekah atau berdonasi melalui ACT, untuk saudara-saudara umat manusia yang sedang tertimpa bencana. Dapat berupa bentuk pesan teks ajakan berderma, yang berisikan nomer rekening untuk mempermudah mensalurkan. Seperti salah satu kasus kejadian banjir di Tanjung Rejo Pati. ACT Pati menyebarkan berita lewat pesan teks dengan menyertakan link, yang otomatis masuk ke satu web atau link untuk

⁴⁰ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

⁴¹ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

⁴² Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 31.

donasi. ACT Pati membuat poster digital, yang memberikan kondisi masyarakat yang terdampak bencana dan kebutuhan yang dibutuhkan. Selain itu ajakan untuk bersedekah atau berdonasi juga dibuat dan disebarluaskan di berbagai platform sosial media.⁴³

ACT Pati tim Partnership bertugas mendatangi donatur secara langsung, maka ada tim lain yang menyampaikan secara online yaitu CRO (*Customer Relationship Officer*). CRO mempunyai tugas untuk mengudarakan proposal melalui email, menyebarkan pamphlet dan mempromosikan program lewat platform media sosial lainnya.⁴⁴

Metode yang digunakan ACT Pati dalam mengajak bersedekah yaitu melalui 2 pendekatan;

- 1) Pendekatan personal dengan seorang donatur atau *muzakki*. Yaitu membagikan informasi program lewat chat pribadi yang dilakukan Tim Partnership maupun tim yang lain.
- 2) Pendekatan melalui lembaga, misalnya ACT Pati melakukan pendekatan kepada instansi seperti sekolah atau masjid. Melalui lembaga, mereka membagikan program melalui proposal kerjasama. Hal ini akan memunculkan donatur yang dilakukan secara personal atau retail dan donatur yang bersifat lembaga atau mitra salur.⁴⁵

e. Peranan Komunikator

Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Hal ini disebabkan komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi.⁴⁶ ACT Pati secara utuh bergerak sebagai komunikator. Semua tim memiliki tugas yang berbeda-beda tetapi dengan tujuan yang sama, yaitu mengajak dan memotivasi masyarakat untuk bersedekah.

⁴³ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

⁴⁴ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

⁴⁵ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

⁴⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 82.

Dengan bentuk menyisihkan hartanya untuk berbagi kepada sesama yang membutuhkan. Namun tugas spesifik sebagai komunikator dilaksanakan oleh tim Partnership. Mereka yang sering bertemu langsung dengan calon-calon donatur yaitu masyarakat dan CRO (*Customer Relationship Officer*). CRO yang menyampaikan pesan ajakan bersedekah lewat platform digital sosial media. Terlepas dari tugas masing-masing tim, mereka tetap kesatuan untuk menjadi komunikator sebagai ACT Pati. Jadi ini adalah tugas dan kewajiban untuk bisa mengenalkan ACT pada masyarakat di Pati Raya pada umumnya dan kabupaten Pati pada khususnya. Tujuan mengajak kebaikan akan terus diamalkan ACT Pati, untuk bisa membantu saudara-saudara kita yang membutuhkan.⁴⁷

Strategi komunikasi dakwah merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen dakwah, untuk mencapai suatu tujuan agar dapat sesuai dengan kehendak yang akan di capai. ACT Pati merencanakan program-program inovatif dengan sedemikian rupa untuk menarik minat sedekah masyarakat. Minat sedekah masyarakat akan meningkat jika disampaikan pihak pembuat program sangat menarik. Disinilah strategi komunikasi dakwah dibutuhkan. Selain menyampaikan informasi tentang dibutuhkannya sedekah untuk umat yang membutuhkan, juga harus memberikan alur penyaluran donasi serta pengelolaan dana yang tepat.

Islam mengajarkan alam semesta dan seisinya adalah mutlak milik Allah SWT, termasuk yang menjadi hak milik manusia sendiri. Harta yang kita miliki terdapat hak orang lain didalamnya. Sebagaimana Al-Qur'an menjelaskan dalam surat Al-Ma'arij (70) ayat 24-25:⁴⁸

وَالَّذِينَ فِيْ أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُومٌ
لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya: “Dan orang-orang yang dalam hartanya tersedia bagian tertentu, bagi orang (miskin) yang meminta dan orang

⁴⁷ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

⁴⁸ Al Kalimah, Al-Ma'arij ayat 24-25, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, 569.

yang tidak mempunyai apa-apa (yang tidak mau meminta).” (QS. Al- Ma’arij: 24-25)

Al-Qur’an mewajibkan kepada setiap muslim untuk berpartisipasi dalam menanggulangi kemiskinan sesuai dengan kemampuan materilnya. Dimulai dari memberi nafkah kepada keluarga, kemudian kepada masyarakat yang membutuhkan melalui zakat, infaq, dan shodaqoh. Untuk itu Islam mengajar umatnya untuk suka bersedekah, berqurban, berwakaf, berinfaq, aqiqah, menghormati orang yang lebih tua, saudara, tamu, tetangga, serta mengeluarkan hartanya untuk kesejahteraan masyarakat. Konsep sedekah merupakan ibadah yang memiliki dua dimensi, yakni dimensi vertical yang merupakan bentuk ketaatan hamba kepada Tuhannya, dan dimensi horizontal yang merupakan wujud dari sikap peduli kepada sesama umat ciptaan Allah. Hal ini merupakan wujud dari konsep Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamin* yaitu agama pembawa kasih sayang bagi alam semesta.

Islam agama yang mengajarkan cinta dan kasih sayang. Cinta yang paling diagungkan adalah kepada Allah AWT. Manusia yang benar-benar mencintai Allah akan mengaplikasikan *amar ma’ruf nahi munkar* yaitu menjalankan yang diperintahkan Allah dan menjauhi yang dilarang oleh-Nya. Maka dari itu korelasi antara pendapatan, religiusitas, serta lingkungan hidup dan sosial terhadap motivasi masyarakat dalam bersedekah adalah karena hal yang terkandung didalamnya. Tidak hanya hubungan spiritual antara umat dengan Tuhannya (*Habluminallah*) melainkan juga nilai humanistic (*Hablumminannas*) yaitu menumbuhkan rasa peduli dan saling tolong menolong antar sesama manusia.⁴⁹

Pengelolaan dan penghimpunan dana sedekah sangat diperlukan demi keefektifan dalam pendistribusian dana guna mendukung kesetaraan dan kesejahteraan masyarakat. Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati Raya meliputi 5 kabupaten kota, antara lain Pati, Kudus, Rembang, Jepara dan Blora. ACT Pati Raya hadir sebagai lembaga yang bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan. Diharapkan dapat terjadi perubahan dari pihak

⁴⁹ Pangesti, I. R. “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas Dan Lingkungan Terhadap Motivasi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Infaq Shadaqah”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, (2018), 2.

penerima bantuan terutama fakir dan miskin kearah kesejahteraan sosial, seperti peningkatan kualitas ekonomi maupun peningkatan pendidikan.

Menarik minat sedekah dari sudut pandang donatur di zaman sekarang banyak sekali faktornya antara lain:

- a. Sosial media, tanpa dipungkiri kehadiran media sosial sangat berpengaruh bagi kaum anak muda. ACT Pati memanfaatkan media sosial tersebut untuk mempromosikan programnya, dengan selalu rajin upload dan update informasi serta kegiatan. Akun instagram ACT pati @act.pati sekarang memiliki 1176 pengikut dan 1121 postingan sejak bergabung di instagram pada bulan Februari 2021.⁵⁰
- b. Membuat program momentum yang menarik seperti kegiatan amal di bulan Ramadhan. Salah satu program Ramadhan Pati Raya yaitu terdiri dari Bagi Iftar, Berbagi Al-Quran, Kado Yatim, Bingkisan Lansia dan Santunan Difabel. Informasi tersebut diposting pada tanggal 8 April 2022 di akun sosial media instagram ACT Pati.⁵¹ Bertepatan bulan Ramadhan banyak dari donatur ingin meningkatkan ibadah dan pahalanya sehingga menyisihkan penghasilan dan uang jajannya untuk berdonasi.
- c. Menghadirkan bintang tamu Artist. ACT Pati membuat program Road Show dengan menghadirkan bintang tamu Baraa Masoud yang merupakan seorang Qori', Nasheed sekaligus Artist yang digemari oleh pemuda muslimah saat ini. ACT mengunggah postingan pada tanggal 7 maret 2022 yang berisi informasi akan menghadirkan Baraa Masoud dalam Program Road Show Tarhah Ramadhan 1443 H bertema "Surat Cinta Kasih". Salah satunya dari Road Show adalah Talkshow yang dilaksanakan di BMT Yaummi Fatimah Pati yang dihadiri kurang lebih 200 peserta dari berbagai kalangan.⁵² Dari menghadirkan artist ke sebuah program akan meningkatkan kepercayaan dalam suatu organisasi. Selain itu akan mudah menarik menjadi salah satu donatur diberbagai program ACT Pati kedepannya.
- d. Bekerjasama dengan lembaga lokal setempat. ACT Pati juga bekerja sama dengan berbagai pihak dalam membuat

⁵⁰ Data Hasil Observasi ACT Pati

⁵¹ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

⁵² Data Hasil Observasi ACT Pati

program yang menarik minat sedekah. Salah satunya dengan lembaga media penyiaran Radio Suara Pati FM. Kedua organisasi tersebut berkolaborasi dalam program “Bagi-bagi Takjil Gratis Bareng Suara Pati FM” yang dilaksanakan pada bulan Ramadan 1443 H.⁵³

- e. Peduli dan tanggap bencana. ACT Pati tanggap dengan cepat atas kejadian musibah yang terjadi di wilayah lokal seperti yang terjadi di Desa Tanjungrejo Pati. Selasa 28 Juni 2022 hujan disertai angin kencang di wilayah Desa Tanjungrejo, menyebabkan banjir disertai puluhan rumah rusak. Tidak adanya korban jiwa atas bencana alam ini, namun kondisi terkini rumah-rumah dan bangunan lainnya hancur serta terendam lumpur. ACT Pati dengan sigap mengambil langkah membuka donasi dengan kebutuhan bantuan mendesak yang sangat dibutuhkan oleh para penyintas. Bantuan yang dibutuhkan meliputi bahan makanan, obat-obatan, pakaian anak, pakaian sekolah, makanan bayi atau balita, hygiene kit serta pembalut.⁵⁴ Hal seperti ini akan banyak yang tertarik untuk berdonasi karena wilayah yang familiar dan dalam agama juga dianjurkan untuk membantu yang dekat terlebih dahulu.

2. Analisis Faktor-Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati Dalam Menarik Minat Sedekah Masyarakat

Menjalankan strategi komunikasi dakwah dalam menarik minat sedekah yang dilakukan ACT Pati tidak selamanya menjadi efektif. Mengingat begitu banyaknya pilihan strategi yang dapat digunakan, dan pastinya kesuksesan dan kegagalan dalam pelaksanaan terdapat faktor pendukung dan penghambatnya. Faktor penghambat dari strategi komunikasi dakwah ACT Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat antara lain yaitu;

- a. Faktor Internal. Semangat relawan ACT yang masih naik turun dalam mensosialisasikan kepada masyarakat. Untuk itu tugas ACT Pati untuk memotivasi para relawan untuk

⁵³ Data Hasil Observasi ACT Pati

⁵⁴“ACT Pati”, Instagram.id, Diakses pada 11 Juli 2022 pukul 08.03 WIB dalam <https://www.instagram.com/p/CfbHjJeron3/>

selalu membantu masyarakat yang membutuhkan.⁵⁵ Bentuk motivasi yang dilakukan dengan melakukan *training* untuk para relawan ACT Pati untuk membangun karakter dan kapasitas agar dapat memahami bahwa fungsi amil itu mulia. Selain merubah pola pikir sebagai relawan yang mulia, mereka sebagai relawan harus memiliki kemampuan dalam membuat mendesain program yang baik. Karena ketidaksiapan relawan akan menjadi penghambat dalam mensosialisasikannya. Keberhasilan relawan dalam melakukan jangkauan sosialisasi yang luas, akan dapat mendorong kemauan masyarakat dalam berdonasi. Sehingga semakin banyak dana yang dapat disalurkan untuk memperbaiki kesejahteraan warga yang membutuhkan.

- b. Faktor Eksternal. Banyaknya lembaga sudah bekerjasama dengan NGO (*Non-Governmental Organization*) yang juga berkiprah dibidang kemanusiaan dan kegiatan sosial, seperti; OCTA (Organisasi Cinta Tanah Air) Pati, Yayasan Sedekah Jama'ah Margerejo Pati, Kantor Layanan An-Najah Pati Peduli, Yayasan Amal Online Mandiri Wergu Kulon Kudus dan masih banyak lagi. Selain itu masjid, sekolahan dan yayasan sebagian sudah mempunyai LAZ (Lembaga Amil Zakat) sendiri-sendiri.⁵⁶ Hal ini juga menghambat tumbuh kembang kerjasama ACT ke lembaga-lembaga lokal.

Faktor-faktor penghambat mejadikan *amil* ACT Pati sebagai motivasi dan kekuatan. Tidak semua LAZ atau lembaga sosial memiliki segment seperti ACT Pati, dimana ACT Tidak cuma berfokus pada Zakat, melainkan juga menyalurkan kebencanaan keseluruhan pelosok Indonesia, bahkan sampai keluar negeri seperti Palestina.

3. Analisis Faktor-Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Dakwah Aksi Cepat Tanggap (ACT) Pati Dalam Menarik Minat Sedekah Masyarakat

Pelaksanaan strategi komunikasi dakwah memerlukan perencanaan mendalam, agar strategi yang akan dilaksanakan

⁵⁵ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

⁵⁶ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

berjalan dengan optimal dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kesuksesan dan kegagalan dalam menyusun strategi komunikasi dakwah dalam menarik minat masyarakat, dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung strategi komunikasi dakwah ACT Pati dalam menarik minat sedekah masyarakat antara lain adalah:

- a. Masyarakat. Antusiasme masyarakat untuk ikut serta bergotong royong dan memiliki samangat berderma yang sangat tinggi. seperti diketahui penduduk di Indonesia adalah 90% muslim, dan itu merupakan potensi terbesar bagi ACT Pati. Ini yg harus menjadi fokus dari ACT untuk bisa mengajak masyarakat Indonesia berlomba-lomba dalam kebaikan atau sering disebut *fastabiqul khoirot*.⁵⁷ Potensi tersebut yang menjadi faktor pendukung yang utama dari masyarakat. Masyarakat wilayah Pati Raya hampir sebagian didominasi 90% adalah muslim, dari 90% muslim tersebut akan terbagi menjadi beberapa *track* dari segmen zakat, segmen wakaf dan segmen sedekah. Segmen yang bermacam-macam berasal dari penduduk lokal, masjid, sekolah dan lainnya. Jumlah potensi yang sangat besar dan banyak menjadi pendukung utama di ACT Pati.
- b. Berkembangnya teknologi informasi, mempermudah menyampaikan kabar secara luas dan cepat. Kemudahan masyarakat dalam mengakses teknologi informasi menjadi faktor pendukung yang sangat banyak diminati oleh khalayak muda yang menjadi target donatur. Donatur ACT Pati mengenal lembaga tersebut kebanyakan lewat informasi di sosial media. Instagram merupakan salah satu media sosial ACT Pati, yang sekarang memiliki 1176 pengikut dan 1121 postingan sejak bergabung di instagram pada bulan Februari 2021. Semua serba digital, ACT memanfaatkan semua itu mulai dari menyebarkan informasi korban bencana atau seseorang yang membutuhkan uluran tangan kita seperti lansia, fakir miskin dan lainnya. Sampai dengan bagaimana cara berdonasi yang mudah disertai berkembangnya teknologi *mobile banking*, dengan menstransfer ke rekening bank atas nama Aksi Cepat Tanggap.⁵⁸

⁵⁷ Gufiadi Setyo Indrawan, wawancara oleh peneliti, 29 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

⁵⁸ Data Hasil Observasi ACT Pati