

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI**

#### **2.1 Sejarah Perusahaan**



**Gambar 2. 1 Logo Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)**

Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia (BAZNAS RI) adalah suatu badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh badan pemerintah berlandaskan pada Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang menyatakan bahwa BAZNAS ini memiliki tugas serta fungsi untuk menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) para donator pada tingkat nasional atau dalam negeri. Sesuai dengan terbentuknya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 mengenai Pengelolaan Zakat semakin memperkuat perannya BAZNAS sebagai lembaga yang memiliki wewenang untuk melakukan pengelolaan zakat skala nasional. Pada UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah non-struktural yang mandiri dan bertanggung jawab dalam mengelola zakat kepada Presiden melalui Menteri Agama.

BAZNAS telah menjadi wadah dalam pengelolaan zakat Indonesia. Dalam mengelola zakat tersebut BAZNAS memiliki beberapa program penyaluran yang beragam, meliputi bantuan modal UMKM, mendirikan usaha yang diberikan kepada orang yang membutuhkan, menyalurkan paket makanan kepada masyarakat yang berkebutuhan, menyalurkan bantuan kepada anak

berkebutuhan khusus. BAZNAS bersama Pemerintah akan bertanggung jawab dalam proses pengawalan pengelolaan zakat yang berdasarkan syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas.

Badan amil zakat nasional (BAZNAS) bermula lokasi awal berada di Kebon Jeruk, namun seiring dengan pertumbuhan dan kebutuhan ruangan yang lebih besar, BAZNAS menempati Gedung baru yang berada di Kawasan Jakarta Timur tepatnya di Jl. Matraman Raya No.134 Kebon Manggis, Matraman, Jakarta Timur (BAZNAS, 2021).

Praktikan menempatkan posisi pada bagian biro komunikasi publik atau *Marketing Communication* merupakan salah satu unit yang bertanggung jawab atas membangun brand awareness di kalangan masyarakat dengan pengelolaan konten pada media yang dimiliki BAZNAS meliputi akun sosial media seperti Instagram, Facebook, Tik Tok, dan Twitter. Selain itu, BAZNAS membentuk televisi berbasis streaming yakni, BAZNAS TV. Dimana televisi streaming tersebut menggunakan sarana media yaitu You Tube, pada program acara BAZNAS TV meliputi BAZNAS TV, konten ceramah, dan program interaktif lainnya. BAZNAS memiliki tujuan tersendiri dalam pembuatan BAZNAS TV ini yaitu sebagai sarana pemberitahuan kepada masyarakat bagaimana pengelolaan dana zakat, kerja sama BAZNAS dengan berbagai mitra untuk meningkatkan kemudahan masyarakat menunaikan zakat, serta memberikan transparansi mengenai proses penyaluran dana zakat melalui beberapa program penyaluran kebaikan BAZNAS (Tulasi Dominikus, 2012).

### **2.1.1 Visi dan Misi BAZNAS**

#### **Visi**

Menjadi Lembaga utama menyejahterakan umat.

#### **Misi :**

1. Membangun BAZNAS yang kuat, terpercaya, dan modern sebagai Lembaga pemerintah non-struktural
2. Memaksimalkan literasi zakat nasional dan peningkatan pengumpulan ZIS-DSKL secara massif dan terukur
3. Memaksimalkan pendistribusian dan pendayagunaan ZIS-DSKL untuk mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan umat, dan mengurangi kesenjangan sosial

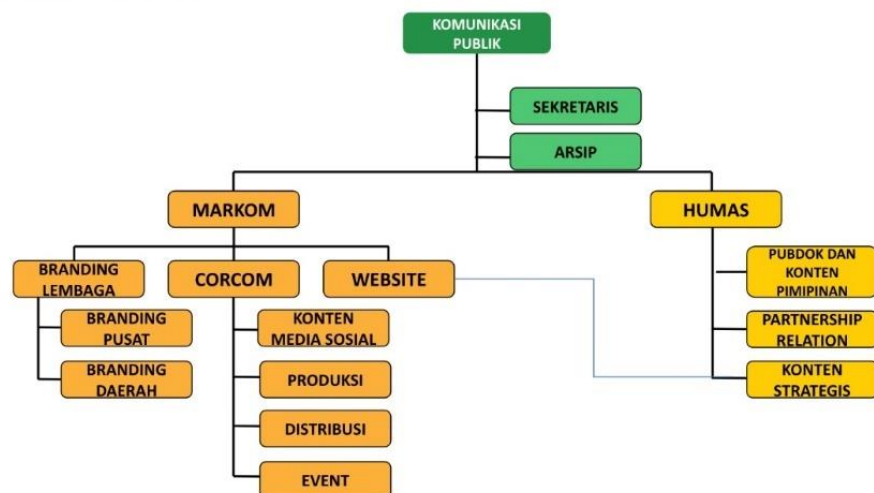
4. Memperkuat kompetensi, profesionalisme, integritas, dan kesejahteraan amil zakat nasional secara berkelanjutan
5. Modernisasi dan digitalisasi pengelolaan zakat nasional dengan system manajemen berbasis data yang kokoh dan terukur
6. Memperkuat sistem perencanaan, pengendalian, pelaporan, pertanggungjawaban, dan koordinasi pengelolaan zakat secara nasional
7. Membangun kemitraan antara muzakki dan mustahik dengan semangat tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan
8. Meningkatkan sinergi dan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan terkait untuk pembangunan zakat nasional
9. Berperan aktif dan menjadi referensi bagi gerakan zakat dunia

### 2.1.2 Presentasi Perusahaan

BAZNAS pada tahun 2019 meraih 2 piala Global Islamic Finance 2019. Selanjutnya pada tahun 2022 BAZNAS kembali mendapatkan 2 penghargaan dalam ajang Global Good Governance 2022 dalam kategori 3G Championship Award in Capacity Building 2022 dan 3G Leadership Award in Community Development & Philanthropy.

## 2.2 Struktur Organisasi

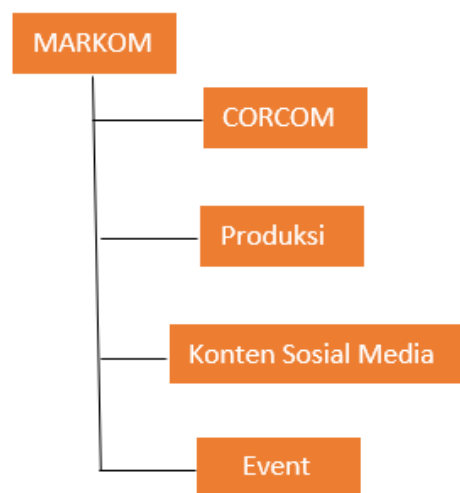
### Struktur BKPU



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Biro Komunikasi Publik BAZNAS RI

Praktikan menepati posisi sebagai reporter pada pada divisi biro komunikasi publik di bagian *Marketing Communication* pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam menjalankan tugas yang berada pada Corporate Communication bagian produksi. Selain itu, komunikasi publik dibagi menjadi 2 divisi besar yakni *Marketing Communication* dan hubungan masyarakat. Dimana keduanya memiliki lingkup yang memiliki perbedaan pada fokus akan tanggung jawab, dimana *Marketing Communication* bertugas untuk meningkatkan brand awareness melalui media yang dimiliki, untuk hubungan masyarakat bertugas untuk menjalin hubungan baik antara media, publik, stakeholder, dan shareholder.

Dalam *Marketing Communication* terdiri dari 3 bagian yakni branding Lembaga, CORCOM (Corporate Communication) , dan website. Pada sub bab branding Lembaga ada dua kedudukan yakni branding pusat dan branding daerah dimana pada subbab ini branding memiliki tanggung jawab untuk permasalahan mengenai branding, karena cakupan yang luas BAZNAS tersebar di penjuru Indonesia oleh sebab itu branding daerah bertanggung jawab pada permasalahan branding antar daerah. Selanjutnya untuk penjelasan pada divisi CORCOM ini terdapat 3 kedudukan yakni konten media sosial, produksi, dan event. Untuk lebih jelasnya berikut penguraiannya :



**Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication BAZNAS**

Berikut pemaparan *Job descriptions* dari berbagai jabatan dalam divisi MARCOM sebagai berikut :

### **Corporate Communication (CORCOM)**

Divisi yang bertanggung jawab untuk membantu perusahaan meningkatkan citra brand dengan berbagai konten yang disajikan. Dalam menjalani hal tersebut, Corcom memiliki sub divisi sebagai berikut :

- a. Konten Sosial Media: Pada divisi ini anggota tim menciptakan konten pada sosial media yang interaktif melalui Instagram, twitter, facebook, dan tik tok. Konten yang disajikan beragam dan mengikuti trend yang sedang banyak diminati oleh masyarakat sehingga pesan yang disampaikan dapat memberikan dampak yang baik kepada masyarakat.
- b. Produksi: Divisi ini bertanggung jawab untuk menciptakan konten video yang beragam baik itu video berita yang menyajikan berbagai informasi pengelolaan dana zakat dan kerja sama BAZNAS dengan mitra lainnya. selain itu, produksi ini menyajikan video hiburan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan wawasan masyarakat dengan video beragam baik itu video ceramah, kuis, dan video interaktif lainnya.
- c. Event: Pada divisi ini bertanggung jawab untuk membuat agenda acara BAZNAS, menyusun konsep acara yang akan dilaksanakan yang beragam baik itu secara online ataupun offline. Acara yang diselenggarakan seperti acara launching kerja sama dengan mitra dan sebagainya. Event yang diinisiasi BAZNAS ini guna meningkatkan brand awareness masyarakat kepada BAZNAS.

Dalam proses membantu aktivitas kinerja markom memiliki staf khusus yakni *Senior Officer* Markom yakni Muhammad Imam Nawawi Syujai, dimana peran yang dimiliki berpengaruh besar pada proses pengecekan naskah, tata letak logo, caption yang ada di konten atau berita sebelum proses peluncuran atau posting di beberapa media yang dimiliki BAZNAS. Praktikan selalu bersinergi dengan *Senior Officer* Markom berdiskusi mengenai agenda pemberitaan setiap harinya sekaligus mengecek naskah sebelum proses produksi berita.

### **2.3 Kegiatan Umum Perusahaan**

Unit *Marketing Communication* BAZNAS memiliki peran yang cukup krusial dalam memperkenalkan citra BAZNAS serta membangun brand awareness kepada masyarakat. Dengan memiliki brand awareness yang baik akan lebih

mudah dalam meningkatkan potensi zakat BAZNAS. Untuk mencapai hal tersebut dengan menyajikan konten berita yang beragam dan isi pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami masyarakat, interaktif, dan menarik. Untuk menyajikan konten berita yang lebih baik *Senior Officer* marcomm selalu mengadakan evaluasi bersama.

Kegiatan evaluasi BAZNAS TV ialah *Weekly Report* atau laporan mingguan yang dihadiri langsung oleh *Senior Officer* marcomm, dimana pada kegiatan ini teratur dilakukan setiap hari Senin pukul 10 pagi yang dihadiri langsung oleh anggota tim. Dimana dalam kegiatan ini seluruh anggota mempresentasikan mengenai kegiatan yang sudah dijalankan selama pekan lalu, selanjutnya *Senior Officer* marcom akan memberikan evaluasi dari berbagai aktivitas yang sudah dijalankan. Evaluasi sangat memiliki pengaruh yang besar untuk memberikan motivasi kepada anggota tim serta dapat meningkatkan kinerja menjadi lebih baik (Wirawan,2009).

- Selain itu, di penghujung waktu *weekly report* memiliki agenda *sharing session* yang dapat terbagi menjadi beberapa bentuk yakni *sharing* pengetahuan, skill, atau pengalaman. Dimana *sharing session* ini dilakukan oleh salah satu karyawan yang sudah ditentukan untuk berbagi informasi. Pada *sharing session* ini karyawan menjelaskan lebih mendalam terkait pengalaman ataupun skill yang dimilikinya. Dengan adanya agenda *sharing session* ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan pengetahuan sesama karyawan sehingga diharapkan dapat memunculkan kreativitas karyawan dalam membuat konten berita.

Selanjutnya, melaukan kegiatan presentasi anggota tim dalam agenda atau perencanaan pada kurun waktu seminggu ke depan. Dalam upaya meningkatkan kualitas konten atau acara yang akan dilakukan kegiatan ini bertujuan untuk memberikan evaluasi dari *Senior Officer* kepada anggota tim lainnya agar dapat dijalankan dengan baik dan sesuai dengan arahan.