

ABSTRAK

Islam mengajarkan tentang kewajiban membayar zakat, hal ini berarti mengeluarkan beberapa persen dari kekayaan yang telah didapatkan. Dari kewajiban seseorang yang harus membayar zakat, ada yang disebut dengan zakat maal. Masih banyak masyarakat tidak mengetahui lebih rinci mengenai kewajiban untuk mengeluarkan sebagian hartanya yang biasa di sebut Zakat Maal. Sehingga perlu adanya media kampanye yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan menggunakan media audio visual. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik produksi yang meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi. Output dari penelitian ini berupa media utama yang menghasilkan sebuah video pendek mengenai informasi zakat maal dan media pendukung berupa media-media tambahan sebagai pelengkap karya kampanye. Tujuan dari perancangan mengenai wajibnya zakat maal agar masyarakat mendapat informasi dan tahu akan pentingnya kewajiban membayar zakat maal dan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar zakat maal.

Kata kunci: Audio visual, Islam, Kampanye, Media, Zakat Maal

ABSTRACT

Islam teaches about the obligation to pay zakat, this means spending a certain percentage of the wealth that has been obtained. Among the obligations of someone who is obliged to pay zakat, there is something called zakat maal. There are still many people who do not know in more detail about the obligation to spend part of their wealth which is commonly called Zakat Maal. So it is necessary to have a media campaign that can be done in various ways, one of which is by using audio-visual media. The methodology used in this research is production techniques which include pre-production, production and post-production. The output of this research is the main media which produces short videos about zakat maal information and supporting media in the form of additional media as a complement to campaign work. The purpose of designing the obligatory zakat maal is so that people know and are aware of the importance of the obligation to pay zakat maal and can increase public awareness to pay zakat maal.

Keyword: Audio visual, Campaign, Islam, Media, Zakat Maal

PENDAHULUAN

Zakat adalah harta tertentu yang dikeluarkan apabila telah mencapai syarat yang diatur sesuai aturan agama, dikeluarkan kepada 8 asnaf penerima zakat. Menurut bahasa kata zakat berarti tumbuh, berkembang, subur, atau bertambah dengan makna yang terkandung didalam kata zakat tersebut ialah harapan untuk memperoleh berkah, membersihkan jiwa, dan memupuknya dengan kebaikan.

Zakat Sebagai bentuk kewajiban yang ada dalam salah satu Rukun Islam, zakat tentu mempunyai beberapa dari segi ilmu hukum fiqihnya. Mulai dari awal proses pembayaran zakat, cara membayarkan sampai penyaluran zakat itu semua telah diatur didalam Al-Quran. Hal ini diatur agar umat muslim berkasih sayang sesama manusia di dunia, sehingga aturan ini tidak untuk memberatkan umat islam. Dalam QS. At-Taubah ayat 60,

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَاةِ قُلُوبُهُمْ
وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ
وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ۝۶۰﴾

Artinya : Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui, Mahabijaksana.

Allah memberikan ketentuan ada delapan golongan orang yang menerima zakat yaitu Fakir, mereka yang hampir tidak memiliki apa-apa sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok hidup. Miskin, mereka yang memiliki harta namun tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar kehidupan. Amil, mereka yang mengumpulkan dan mendistribusikan zakat. Mu'allaf, mereka yang baru masuk Islam dan membutuhkan bantuan untuk menguatkan dalam tauhid dan syariah. Hamba Sahaya, budak yang ingin memerdekakan dirinya.

Berdasarkan penjelasan diatas agar masyarakat mendapatkan informasi mengenai zakat maal penulis membuat sebuah video kampanye zakat maal dengan judul "senisab zakat kita".

METODE PENELITIAN

Sebelum melakukan proses perancangan terlebih dahulu dilakukan serangkaian kegiatan pengumpulan data dengan metode sebagai berikut ;

1. Observasi

Observasi diperlukan untuk mengumpulkan data serta mengamati fenomena yang ada di kalangan masyarakat berkaitan dengan masalah yang ada.

Observasi yang dilakukan meliputi pengambilan data tentang zakat.

2. Wawancara

Wawancara adalah alat pengumpul data untuk memperoleh langsung dari sumbernya. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dari orang yang sudah wajib membayar zakat serta memberikan sebuah pertanyaan-pertanyaan lainnya yang terstruktur sesuai topik.

3. Study Pustaka

Dalam hal ini penulis melakukan pencarian data melalui internet untuk mendapatkan data yang akurat dan referensi foto untuk diajukan sebagai acuan dalam proses desain nantinya.

4. Data Visual



Gambar 1. Pengambilan data di kantor Baznas (Sumber: Hazendra Perdana, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses karya video kampanye ini dibutuhkan konsep verbal dan visual sebagai konsep dasar perancangan.

Konsep Verbal

Perancangan kampanye sosial tentang zakat maal dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya zakat maal dan mengajak target *audience* agar sadar akan kewajiban membayar zakat maal. Media informasi ini dikemas dengan konsep film pendek dengan tema *Happynes* sehingga dapat mengendalikan emosi target *audience* agar dapat tersadar akan membayar zakat maal.

Konsep Visual

Perancangan kampanye sosial tentang zakat maal memiliki konsep menceritakan seorang pegawai swasta yang mendapat bonus gaji dan tidak lupa untuk membayarkan zakat maal dari gajinya tersebut.

Format Desain
Studi Warna

Tabel 1. Alternatif Warna Terpilih

Visual	Jenis	Arti
	Hijau	Melambangkan penyembuhan, hingga mendorong rasa empati
	Kuning	Lambang kebahagiaan dan keceriaan
	Putih	Mewakili aspek keseimbangan

Studi Tagline



Gambar 2. Alternatif Tagline Terpilih

Pra Produksi

Dalam tahap pra produksi penulis menetapkan cerita yang akan dibuat dalam bentuk *storyline* dan *storyboard*, cerita tersebut akan lebih mudah dipahami dan dijelaskan dalam bentuk gambar dan kata-kata, dan membaginya menjadi bagian yang lebih detail. Sebelum itu penulis melakukan *brainstorming* untuk mendapatkan ide-ide yang ada dalam pikiran lalu diwujudkan dalam sebuah kertas. Dalam pengolahan *brainstorming* tidak boleh membatasi ide apapun, semua yang terpikirkan dapat menjadi sesuatu yang berharga. Tahap pra produksi penulis juga menetapkan lokasi, dan pemilihan talent dibahas dalam tahap pra produksi.

Produksi

Dalam tahap produksi dilakukan pengambilan gambar di V Coffee, Jl. Rasen Saleh No. 03, Rimbo kaluang, Padang dan Jl. Dr. Sutomo Dalam, Gantiang Parak Gadang, Padang.

Kegiatan yang dilakukan saat produksi meliputi :

1. Mengatur Komposisi Gambar
2. Pengaturan cahaya alami (natural light), menentukan penggunaan cahaya alami apakah sudah sesuai dengan yang dibutuhkan dalam merekam gambar.
3. Mencari posisi terbaik, pencarian posisi yang terbaik merupakan hal yang sangat menentukan dalam perekaman gambar.
4. Merekam gambar, bila pencahayaan dan posisi yang terbaik telah disapatkan, maka gambar sudah bisa direkam.



Gambar 3. Produksi

Pasca Produksi

Ada beberapa langkah dalam pengeditan media utama Perancangan Kampanye Sosial tentang Zakat Maal, yaitu :

Capture

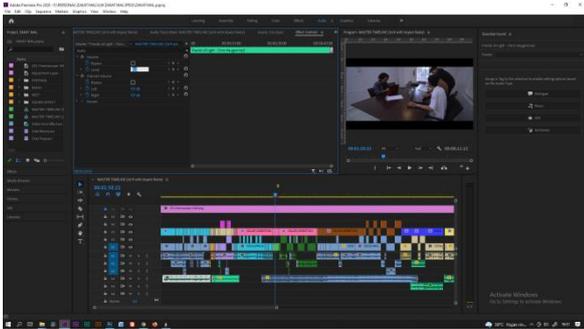
Merupakan proses pemindahan gambar yang telah direkam dengan kamera video ke laptop. Pemindahan data gambar di kelompokkan sesuai dengan *storyline* agar jelas dan tidak susah dalam editing video.

Editing Video

Editing video merupakan pengolahan video setelah dilakukan pemindahan data gambar dari kamera. Proses pengeditan menggunakan *software* Adobe Premiere. Kemudian gambar bisa di edit, di potong sesuai yang sudah ditentukan dan dirangkai menjadi satu video yang utuh.



Gambar 4. Screenshot proses editing



Gambar 5. Screenshot proses editing

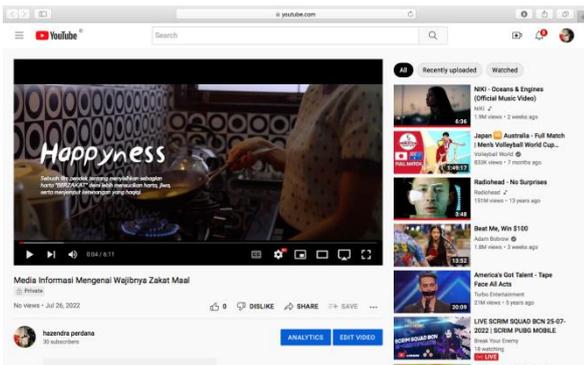
Mixing

Mixing video adalah pencampuran gambar dengan suara. Video telah dipotong-potong dan dirangkai, mulai disatukan dengan musik pendukung. Pemilihan lagu "Rizzo Pascaraji - Listen to Me" dan "In Memory of Jean Talon - The Mini Vandals" membuat media informasi ini menjadi suatu padu dan baik untuk dilihat. Keseimbangan antara musik pendukung dan suara asli dirancang sedemikian rupa hingga tidak saling mendominasi dan terdengar jelas.

Mastering atau render

Mastering atau render merupakan proses terakhir pembuatan media informasi ini yang formatnya bisa dijalankan oleh media

Mastering atau render



Gambar 6. Final Media Utama

Media Pendukung

Media pendukung diciptakan untuk membantu media utama. Proses pemilihan media pendukung ialah mencari faktor media yang dekat dengan tema atau judul kampanye. Sehingga media yang dianggap sesuai untuk mendukung media utama akan di desain dan dijadikan sebagai media pendukung yang terpilih dalam proses karya video kampanye.

Berikut media pendukung yang terpilih dan sesuai dalam mendukung video kampanye tentang zakat maal ;

1. Poster

Poster ialah media yang terdiri dari tulisan dan gambar. Dalam kampanye zakat maal akan

dimanfaatkan sebagai media informasi tentang media utama yang nantinya di media poster ada qr-code yang bias di scan dan diakses menuju link media utama. Ukuran media poster yang digunakan A2.



Gambar 7. Poster

2. X-banner

Media x-banner memiliki kaki berbentuk 'x' dengan campuran isi tulisan dan gambar. Media ini sering di gunakan di berbagai kegiatan dalam dan luar ruang dengan posisi bentuk berdiri. Untuk ukuran yang digunakan 160x80 cm.



Gambar 8. X-Banner

3. Brosur

Media brosur digunakan sebagai pemberian informasi yang lebih banyak serta keterangan mengenai zakat maal secara terperinci. Sehingga masyarakat bisa mengetahui proses zakat maal itu terjadi.



Gambar 9. Brosur



Gambar 12. Goodie bag

4. *Notebook*

Notebook atau buku catatan digunakan karena dekat dengan kantor dan juga keterfungsinya cukup banyak.



Gambar 10. *Notebook*

5. *Baju Kaos*

Desain baju kaos adalah salah satu media yang ringan dan efektif karena menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat.



Gambar 11. *Baju Kaos*

6. *Goodie bag*

Goodie bag menjadi bagian paling penting untuk mendukung media utama, dikarenakan kebutuhannya yang fleksibel dan bisa menjadi kampanye berjalan.

7. *Pin*

Pin salah satu media kecil yang tidak butuh pemanfaatan ruang untuk di pajang.



Gambar 13. *Pin*

8. *Spanduk*

Spanduk menjadi bagian media pendukung sebagai bentuk pengenalan media kampanye ke masyarakat



Gambar 14. *Spanduk*

9. *Sticker*

Sticker akan di cetak ukuran 10x5 cm dengan keterbacaan yang jelas.



Gambar 15. Stiker

PENUTUP

Perancangan Kampanye Sosial tentang zakat maal dalam bentuk audio visual memberikan informasi kepada khalayak ramai untuk dapat memahami wajibnya zakat maal. Pada media informasi ini, target *audience* diajak lebih peduli dengan sekitar hingga bisa juga menolong sesama.

Proses perancangan kampanye sosial tentang zakat maal dalam bentuk audio visual adalah mengidentifikasi masalah, menentukan batasan dan membuat rumusan masalah. Dengan hasil membuat perancangan kampanye sosial tentang zakat maal dalam bentuk audio visual untuk menyebarkan informasi tentang zakat maal. Media yang diperlukan untuk mendukung dalam bentuk audio visual berupa media informasi sebagai identitas visual serta media komunikasi visual. Maka diharapkan bentuk perancangan kampanye sosial tentang zakat maal dalam bentuk audio visual ini dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang zakat maal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardhi, Yudha. 2013. *Merancang Media Promosi Unik & Menarik*. Yogyakarta
- [2] Eva, Arifin. 2010. *Broadcasting to be Broadcaster*. Yogyakarta. Reraha Ilmu
- [3] Jefskins, Frank. 1996. *Periklanan*, edisi 3. Jakarta. Erlangga.
- [4] Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. ANDI
- [5] Kusrianto, Adi. 2006. *Panduan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta. Elexmedia
- [6] Munir. 2013. *Multimedia Konsep dan Aplikasi Dalam Pendidikan*. Bandung
- [7] Sutanto, T. 2005. *Sekitar Dunia Desain Grafis / Komunikasi Visual*. Bandung. Jurnal DKV. ITB Bandung.
- [8] Widagdo. 1993. *Desain, Teori dan Praktek. Seni Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*. Yogyakarta. BP ISI Yogyakarta.