



**PRODUKSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS* KIT
UNTUK MENINGKATKAN MINAT MUZAKKI DAN
MUNFIQ DALAM BERDONASI PADA PROGRAM
PEMBERDAYAAN UMKM DI LAZISMU
BANYUMANIK**

TUGAS AKHIR

Oleh :

Azra Sasabilla

40020620650158

**PROGRAM STUDI S.Tr INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025**



**PRODUKSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS* KIT
UNTUK MENINGKATKAN MINAT MUZAKKI DAN
MUNFIQ DALAM BERDONASI PADA PROGRAM
PEMBERDAYAAN UMKM DI LAZISMU
BANYUMANIK**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas
Diponegoro Semarang

Oleh :

Azra Sasabilla

40020620650158

**PROGRAM STUDI S.Tr INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2025

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	x
HALAMAN PERSETUJUAN.....	xi
HALAMAN PENGESAHAN.....	xii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	xiii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	xiv
KATA PENGANTAR	xvi
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan.....	18
1.4 Manfaat.....	19
1.5 Luaran.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Kajian Karya Terdahulu	20
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Produksi Media <i>Public Relations</i> Kit	21
2.2.2 Media <i>Public Relations</i> Kit	23
2.2.3 Katalog.....	24
2.2.4 <i>Leaflet</i>	24
2.2.5 Brosur.....	25
2.2.6 Desain Grafis	25
2.2.7 Strategi Komunikasi	27
2.2.8 Minat.....	27
2.2.9 Muzakki dan Munfiq	29
2.2.10 Pemberdayaan UMKM	29

BAB III METODE PENGKARYAAN	31
3.1 Klien Penciptaan Karya.....	31
3.2 Profil Lazismu Banyumanik.....	31
3.3 Segmentasi/Target Produksi.....	37
3.4 Metode Pengkaryaan	37
3.4.1 Pra-Produksi.....	37
3.4.2 Produksi	38
3.4.3 Pasca Produksi	39
3.4.4 Evaluasi.....	39
3.5 Konsep Media PR Kit.....	39
3.5.1 Katalog.....	41
3.5.2 <i>Leaflet</i>	43
3.5.3 Brosur.....	44
3.6 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	45
3.7 <i>Budgeting</i>	47
3.8 <i>Timeline</i>	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	49
4.2 Analisis Masalah	50
4.3 Analisis Tahap Pra-Produksi	52
4.3.1 Penyesuaian Anggaran Dana	52
4.3.2 Perubahan <i>Timeline</i> Pelaksanaan.....	52
4.4 Analisis Tahap Produksi.....	54
4.4.1 Wawancara dan Pengambilan Dokumentasi.....	54
4.4.2 Penyusunan Media PR Kit.....	54
4.5 Analisis Tahap Pasca-Produksi	82
4.5.1 Penyusunan Perangkat <i>Test</i>	82
4.5.2 Pencetakan Media PR Kit & Perangkat <i>Test</i>	85
4.5.3 Penyelesaian Media PR Kit & Perangkat <i>Test</i>	86
4.5.4 Penyebaran Media PR Kit & Perangkat <i>Test</i>	86
4.5.5 Publikasi Media PR Kit	87
4.6 Evaluasi	90

4.6.1 Evaluasi Hasil <i>Pre-Test & Post-Test</i>	90
4.6.2 Evaluasi Media PR Kit	94
4.6.3 Evaluasi Pihak Klien	98
4.6.4 Evaluasi <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	107
4.7 Hambatan.....	114
4.8 Tindak Lanjut (<i>Sustainability</i>).....	114
BAB V PENUTUP	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran	119
5.2.1 Saran bagi Lazismu Banyumanik	119
5.2.2 Saran bagi Penulis Selanjutnya.....	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase pengetahuan muzakki dan munfiq terhadap pilar program Lazismu	6
Gambar 1.2 Persentase pengetahuan muzakki dan munfiq tentang program Pemberdayaan UMKM	7
Gambar 1.3 Persentase sumber informasi mengenai program Pemberdayaan UMKM yang diketahui oleh muzakki dan munfiq	7
Gambar 1.4 Tingkat urgensi program Pemberdayaan UMKM menurut muzakki dan munfiq	8
Gambar 1.5 Diagram ketertarikan muzakki dan munfiq dalam berdonasi untuk program Pemberdayaan UMKM.....	8
Gambar 1.6 Tingkat pengetahuan muzakki dan munfiq mengenai peran Lazismu Banyumanik dalam menjalankan program Pemberdayaan UMKM	13
Gambar 2.1 Tampilan warna <i>additive</i> (kiri) dan warna <i>subtractive</i> (kanan)	26
Gambar 3.1 Logo Lazismu Banyumanik (kiri) dan logo program Pemberdayaan UMKM (kanan).....	40
Gambar 3.2 <i>Color palette</i> produksi media PR kit.....	40
Gambar 3.3 Rancangan desain katalog	43
Gambar 3.4 <i>Mockup</i> katalog cetak dan digital.....	43
Gambar 3.5 Rancangan desain <i>leaflet</i>	44
Gambar 3.6 <i>Mockup leaflet</i>	44
Gambar 3.7 Rancangan desain brosur.....	45
Gambar 3.8 <i>Mockup</i> brosur digital.....	45
Gambar 4.1 Hasil pencetakan media PR kit dan perangkat <i>test</i>	85
Gambar 4.2 Tampilan <i>leaflet</i> sebelum dan sesudah dilipat	86
Gambar 4.3 Penjelasan petunjuk pengisian <i>post-test</i>	87
Gambar 4.4 Penilaian tampilan katalog	95
Gambar 4.5 Penilaian penyampaian informasi pada katalog	95
Gambar 4.6 Penilaian tampilan <i>leaflet</i>	96
Gambar 4.7 Penilaian penyampaian informasi pada <i>leaflet</i>	96

Gambar 4.8 Penilaian tampilan brosur.....	97
Gambar 4.9 Penilaian penyampaian informasi pada brosur.....	97
Gambar 4.10 Tampilan <i>Bookcase</i> Publikasi Digital Media PR Kit.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Semarang tahun 2020-2024	1
Tabel 1.2 Daftar Mitra UMKM Binaan Lazismu Banyumanik Tahun 2025	3
Tabel 1.3 Jumlah Muzakki dan Munfiq Lazismu Banyumanik Tahun 2022-2024	5
Tabel 1.4 Jumlah Perolehan Dana Infaq Terikat Ekonomi Tahun 2021-2025	5
Tabel 1.5 Alasan Responden Tentang Ketertarikan Berdonasi pada Program Pemberdayaan UMKM	9
Tabel 1.6 Tingkat Pengetahuan Muzakki dan Munfiq Terhadap Peran Lazismu Banyumanik dalam Menjalankan Program Pemberdayaan UMKM	11
Tabel 1.7 Analisis Konten Program Pemberdayaan UMKM di Akun Instagram @lazismubanyumanik pada Tahun 2024-2025	14
Tabel 1.8 Fitur Media PR	16
Tabel 3.1 Hasil survei pra-produksi mengenai tingkat ketertarikan muzakki dan munfiq untuk berdonasi pada program pemberdayaan UMKM	38
Tabel 3.2 <i>Key Performance Indicator</i>	46
Tabel 3.3 Rancangan Anggaran Dana	47
Tabel 3.4 <i>Timeline</i> Pelaksanaan Kegiatan Penyusunan Tugas Akhir	48
Tabel 4.1 Analisis Masalah	51
Tabel 4.2 Penyesuaian Anggaran Dana	52
Tabel 4.3 Perubahan <i>Timeline</i> Pelaksanaan Penyusunan Tugas Akhir	53
Tabel 4.4 Daftar Mitra UMKM Binaan dalam E-Katalog	54
Tabel 4.5 Perbedaan Rancangan Desain dan Hasil Akhir Katalog	55
Tabel 4.6 Tampilan dan Isi Katalog	58
Tabel 4.7 Perbedaan Rancangan Desain dan Hasil Akhir <i>Leaflet</i>	76
Tabel 4.8 Tampilan dan Isi <i>Leaflet</i>	77
Tabel 4.9 Perbedaan Rancangan Desain dan Hasil Akhir Brosur	79
Tabel 4.10 Tampilan dan Isi Brosur	81
Tabel 4.11 Daftar Pertanyaan <i>Pre-Test</i> dan <i>Post-Test</i>	82
Tabel 4.12 Daftar Pertanyaan Pendukung	84
Tabel 4.13 Hasil Akhir Pencetakan Media PR Kit	85

Tabel 4.14 Hasil Akhir Pencetakan Perangkat <i>Test</i>	86
Tabel 4.15 Publikasi Katalog Digital	87
Tabel 4.16 Publikasi Media PR Kit Cetak	90
Tabel 4.17 Perbandingan Hasil <i>Pre-Test & Post-Test</i>	91
Tabel 4.18 Hasil Penilaian Efektivitas Media PR Kit.....	98
Tabel 4.19 Hasil Survei Tingkat Kepuasan Klien.....	104
Tabel 4.20 Hasil Evaluasi <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	107
Tabel 4.21 Capaian Peningkatan Partisipasi Responden dalam Sosialisasi.....	109
Tabel 4.22 Perbandingan Tingkat Pengetahuan Responden pada Program Pemberdayaan UMKM	110
Tabel 4.23 Perbandingan Skala Pengetahuan Responden pada Program Pemberdayaan UMKM	110
Tabel 4.24 Perbandingan Tingkat Minat Berdonasi Responden pada Program Pemberdayaan UMKM	111

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

Nama : Azra Sasabilla

NIM : 40020620650158

Tanda Tangan : 

Tanggal : 22 Desember 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS* KIT UNTUK MENINGKATKAN MINAT MUZAKKI DAN MUNFIQ DALAM BERDONASI PADA PROGRAM PEMBERDAYAAN UMKM DI LAZISMU BANYUMANIK

Oleh

Azra Sasabilla

40020620650158

Semarang, 22 Desember 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 199003172019032014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Azra Sasabilla

NIM : 40020620650158

Program Studi : Informasi dan Humas

Judul Tugas Akhir : Produksi Media *Public Relations* Kit untuk Meningkatkan Minat Muzakki dan Munfiq dalam Berdonasi pada Program Pemberdayaan UMKM di Lazismu Banyumanik

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Pembimbing : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
NIP. 199003172019032014

Penguji I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. (.....)
NIP. 196201311987032001

Penguji II : Marlina Mutiara Dewi, M.I.Kom. (.....)
NIP. 199012212024062001

Semarang, 22 Desember 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas,


Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:5-6)

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Sekolah Vokasi, Undip
2. Orang tua & keluarga angkat saya
3. Sahabat-sahabat dan orang terdekat saya
4. Teman-teman semasa kuliah dan rekan-rekan kerja yang saya jumpai di Semarang, serta
5. Diri saya sendiri

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyelesaian Tugas Akhir ini tentunya melewati berbagai kendala dan hambatan. Namun, berkat rahmat, keberkahan, dan kemudahan yang diberikan oleh Allah subhanahu wa ta'ala, alhamdulillah penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa proses penyusunan Tugas Akhir ini tak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah subhanahu wa ta'ala, atas segala rahmat, keberkahan, dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan izin bagi penulis dalam melaksanakan berbagai *project* selama perkuliahan.
3. Penghormatan dan rasa terima kasih saya haturkan kepada Ibu Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan dan kebijakan untuk menyusun Tugas Akhir ini.
4. Penghormatan dan rasa terima kasih juga saya sampaikan kepada Ibu Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Wali, Dosen Pembimbing Magang, hingga Dosen Pembimbing TA atas segala dukungan, masukan yang membangun, serta motivasi dan kepedulian yang diberikan kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan TA ini dengan baik.
5. Penghargaan dan terima kasih penulis haturkan pula kepada Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si., dan Ibu Marlina Mutiara Dewi, M.I.Kom. atas kesediaan untuk meluangkan waktu dan pemikirannya untuk menjadi Dosen Penguji dalam seminar proposal dan sidang akhir. Segala arahan dan kritik yang membangun yang telah diberikan menjadikan penulis dapat menyempurnakan TA ini dengan baik.
6. Keluarga saya di Sidoarjo, Jawa Timur yang senantiasa mendukung langkah saya untuk menyelesaikan tanggung jawab dalam studi ini. Kepada ayah, almarhumah ibun, kakak satu-satunya, keempat adik saya, kakung, ojisang, enti, om, khalaty, mba Ima dan keluarga, serta keluarga lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas semua doa, *wejangan*, kritik, dan saran yang telah diberikan. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan kepada saya untuk bisa *explore* potensi dan menjadi versi terbaik dari diri saya sendiri.
7. Keluarga angkat saya di Semarang, Eyangilik Indah, Mba Icha, Mas Wahyu, dan Mas Aris yang sangat berjasa bagi saya dan perkuliahan saya. Tak lupa

juga saya haturkan terima kasih kepada Lazismu Banyumanik yang telah memberikan saya bantuan beasiswa sehingga saya bisa melanjutkan pendidikan tinggi di jenjang perkuliahan. Semoga kebaikan dan niat tulus yang diberikan menjadi amal jariyah kelak aamiin.

8. Teruntuk sahabat-sahabat saya, Amira, Vania, Kamila, Arin, dan Umik yang senantiasa berada di sisi saya untuk memberikan dukungan, mendengarkan segala keluh kesah, bahkan memberikan solusi atas permasalahan yang saya alami. Terima kasih karena sudah, mau, dan tetap menjadi sahabat saya yang menuntun saya menuju *the best version of myself*.
9. Teman-teman yang membersamai saya ketika perkuliahan, mulai kuliah *online* dan *offline* (Ata, Hima, Oca, Sabrina, Ririn, Firda, Salma), kepengurusan Kema BEM SV 2022, serta teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga segala pengalaman berharga yang pernah kita lalui bersama bisa menjadi salah satu pengingat saya kepada kebaikan dan ketulusan kalian.
10. Kepada rekan-rekan kerja saya di Tahu Kekinian Semarang, Livana Surabaya, Trijaya Semarang, dan Bimbel Funtastic Semarang, serta anak-anak murid les yang saya banggakan (Alif, Uwais, Rafa, Vina, Alulla, Keisha, Abu Bakar, Hafidz, Salma, dan Ruby). Terima kasih atas kepercayaan yang diberikan kepada saya untuk bisa bekerja dengan kalian. Melakukan studi kuliah sembari bekerja tentu tidak mudah. Saya tidak mungkin berada di posisi sekarang, bisa *survive* di perantauan, tanpa bantuan dan arahan yang diberikan sewaktu bekerja dengan kalian.
11. Kepada orang-orang yang saya temui di Semarang, yang sudah saya anggap sebagai keluarga saya sendiri. Terima kasih karena telah menyayangi saya dengan tulus, memberikan perhatian dan dukungan emosional, selalu menghibur saya, serta merayakan setiap momen bersama-sama.
12. Kepada diri saya sendiri yang telah berjuang sejauh ini, melewati segala suka dan duka, bahkan berhasil melewati masa-masa terpuruk sekalipun. Terima kasih karena walaupun sempat ingin menyerah, namun tetap bertekad kuat melanjutkan dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih karena selalu mempercayai dan meyakini bahwa *timing* Allah adalah yang terbaik. Dibalik segala keraguan dan rasa tertinggal, terima kasih karena tetap memilih untuk bertahan dan melanjutkan. Gelar ini tidak hanya saya perjuangkan untuk diri saya sendiri, melainkan untuk orang-orang terkasih dan tersayang yang selalu mendukung langkah saya, sekecil apapun itu. Semoga dengan tanggung jawab saya menuntaskan studi ini, menjadi langkah awal saya untuk bisa berkembang menjadi pribadi yang jauh lebih baik dan mampu meraih cita-cita dan *goals* yang sudah saya rencanakan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Dengan menyebut nama Allah subhanahu wa ta'ala, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam. Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “Produksi Media *Public Relations* Kit untuk Meningkatkan Minat Muzakki dan Munfiq dalam Berdonasi pada Program Pemberdayaan UMKM di Lazismu Banyumanik” sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro Semarang.

Tugas Akhir ini berfokus pada penyajian media PR kit *program profile* pada katalog, *leaflet*, dan ajakan bertindak (*call to action*) pada brosur. Ketiganya tentu memiliki karakteristik tersendiri dalam penyajian informasi dan format publikasi.

Adapun pokok bahasan pada Tugas Akhir ini diuraikan dalam 5 (lima) bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini menjelaskan latar belakang permasalahan yang dihadapi oleh Lazismu Banyumanik, yakni minimnya angka ketertarikan/minat muzakki dan munfiq dalam berdonasi pada program Pemberdayaan UMKM. Sehingga penulis memproduksi media PR kit berupa katalog, *leaflet*, dan brosur secara cetak dan digital dengan tujuan untuk meningkatkan minat muzakki dan munfiq dalam berdonasi pada program Pemberdayaan UMKM.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Pada bab ini membahas mengenai 3 (tiga) artikel terdahulu dan nilai kebaruannya pada proyek TA. Selain itu, terdapat teori-teori yang digunakan oleh penulis sebagai panduan saat memproduksi media PR kit.

BAB III METODE PENGKARYAAN. Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian terapan yang dilakukan oleh penulis mulai dari pra-produksi hingga evaluasi. Selain itu, disebutkan pula profil klien, target/segmentasi produksi,

konsep media PR kit, *key performance indicator* (KPI), rancangan anggaran dana (*budgeting*), dan *timeline* pelaksanaan proyek Tugas Akhir.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Bab ini memaparkan secara lebih rinci dan mendalam terkait pelaksanaan proyek Tugas Akhir hingga pada tahap terakhir, yakni evaluasi. Evaluasi dilakukan sebagai tolak ukur keberhasilan proyek Tugas Akhir penulis.

BAB IV PENUTUP. Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran terhadap pelaksanaan proyek produksi media PR kit yang telah terselesaikan.

Melalui Tugas Akhir yang penulis susun, diharapkan mampu memberikan manfaat khususnya kepada klien yang bersangkutan (Lazismu Banyumanik), institusi pendidikan (Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro), hingga masyarakat. Dengan penyajian informasi yang terdapat pada setiap media PR kit, diharapkan mampu menambah pengetahuan dan meningkatkan minat muzakki dan munfiq dalam berdonasi untuk mendukung pelaksanaan program Pemberdayaan UMKM.

ABSTRAK

Penyusunan Tugas Akhir ini dilatarbelakangi oleh minimnya minat muzakki dan munfiq dalam berdonasi pada program Pemberdayaan UMKM Lazismu Banyumanik, serta belum tersedianya media publikasi yang mampu menjelaskan profil program Pemberdayaan UMKM secara komprehensif. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penulis menyusun dan memproduksi media PR kit berupa katalog, *leaflet*, dan brosur sebagai strategi komunikasi Lazismu Banyumanik untuk meningkatkan minat muzakki dan munfiq dalam berdonasi pada program Pemberdayaan UMKM. Metode yang digunakan meliputi pengumpulan data, wawancara dengan pihak Lazismu Banyumanik, survei pra-produksi kepada muzakki dan munfiq, serta wawancara dan dokumentasi terhadap 16 mitra UMKM binaan sebagai representasi program. Selanjutnya dilakukan proses produksi media PR kit, *review* oleh klien, pencetakan, serta penyebaran media tersebut kepada target sasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah media PR kit disebar, terdapat peningkatan terhadap minat berdonasi yakni sebesar 56% dari yang semula 30% menjadi 86%. Peningkatan tersebut didukung dengan peningkatan pada aspek lain yang meliputi peningkatan pengetahuan muzakki dan munfiq pada pilar ekonomi sebanyak 30%, pada program Pemberdayaan UMKM sebanyak 14%, pada lima kategori bentuk dukungan Lazismu Banyumanik kepada mitra binaan, serta peningkatan pada urgensi pelaksanaan program sebanyak 22%. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyediaan media publikasi secara digital maupun cetak disusun dengan baik dan berhasil mencapai tujuan serta *key performance indicator* yang telah ditentukan. Media PR kit tersebut juga dinilai “Menarik” dari segi tampilan dan “Mudah dimengerti” dari segi penyampaian informasi.

Kata kunci: Pemberdayaan UMKM, Minat Berdonasi, Lazismu, Media PR Kit, Katalog

ABSTRACT

This Final Assignment is motivated by the low interest of muzakki and munfiq in donating to the Lazismu Banyumanik MSME Empowerment Program, as well as the absence of publication media capable of presenting a comprehensive profile of the program. To address this issue, the author developed and produced a PR kit consisting of a catalog, leaflet, and brochure as a communication strategy to increase donor interest in the MSME Empowerment Program. The methods used include data collection, interviews with Lazismu Banyumanik, a pre-production survey involving muzakki and munfiq, as well as interviews and documentation with 16 MSME partner representatives. The process continued with the production of the PR kit, client review, printing, and distribution to the target audience. The findings show that after the PR kit was disseminated, donation interest increased by 56%, rising from 30% to 86%. This increase was supported by improvements in several related aspects, including a 30% rise in donor knowledge regarding the economic pillar, a 14% increase in knowledge about the MSME Empowerment Program, higher awareness of the five categories of Lazismu Banyumanik's support for MSME partners, and a 22% increase in perceived program urgency. These results indicate that well-designed digital and print publication media effectively achieved the predetermined objectives and key performance indicators. The PR kit was also rated "Attractive" in terms of visual design and "Easy to understand" in terms of information delivery.

Keywords: MSME Empowerment, Donation Interest, Lazismu, Media PR Kit, Catalog