

BAB II

PERSPEKTIF DAN KAJIAN TEORITIS

2.1. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini dilakukan menyajikan beberapa teori dari penelitian terdahulu. Terdapat keterkaitan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, yaitu mengenai topik atau judul penelitian, permasalahan yang diangkat dan informasi yang ingin digali, tujuan, metode penelitian, hasil penelitian, serta persamaan dan perbedaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini.

2.1.1. Khumaira, Rachmawati, Nur (2023)

Penelitian dari (Khumaira, et.al, 2023) meneliti bagaimana Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) meningkatkan hasil pengumpulan zakat, Infaq, dan shadaqah (ZIS) pada kabupaten sukabumi, serta untuk mengidentifikasi faktor yang menghambat proses pengumpulan dana. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode *deskriptif*.

Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu mengidentifikasi penghambatan pengumpulan dana di kabupaten sukabumi dan peneliti sekarang tidak hanya meneliti pada kabupaten sukabumi.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini yaitu sama meneliti tentang bagaimana BAZNAS meningkatkan pengumpulan zakat, infaq dan shadaqah (ZIS).

2.1.2. Mardiah (2018)

Penelitian dari (Mardiah, 2018) memiliki tujuan untuk mengetahui strategi BAZNAS dalam pengelolaan dana filantropi Islam. Analisis dilakukan dengan menguraikan dan mengeksplorasi manajemen strategi yang telah dilakukan BAZNAS yang meliputi perencanaan strategi, pengimplementasian strategi dan pengevaluasian strategi.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu meneliti pada pengelolaan dana filantropi Islam dan peneliti saat ini meneliti pengelolaan dana pada dunia maya.

Persamaan penelitian yang di lakukan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu meneliti manajemen strategi serta pengelolaan dana yang dilakukan lembaga BAZNAS.

2.1.3. Ramadhita dan Hasan (2022)

Penelitian dari (Ramadhita and Hasan,2022) memiliki tujuan untuk mendeskripsikan pendayagunaan zakat di Provinsi Jawa Timur dan menganalisisnya dengan menggunakan prinsip *Maqashid Syariah*. penelitian ini dibuat berdasarkan penelitian empiris dengan menggunakan pendekatan konseptual. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan Badan Amil Zakat Jawa Timur, Yayasan Dana Sosial Al-Falah Malang, Nurul Hayat Malang, dan Baitul Maal Hidayatullah Malang.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan peneliti terdahulu adalah mengenai informan penelitian karena peneliti sebelumnya meneliti pada Lembaga Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Cabang Malang dengan menggunakan prinsip

Maqashid Syariah dan peneliti sekarang meneliti melalui website BMH secara online yakni bmh.or.id.

Persamaan yang dilakukan peneliti terdahulu dengan peneliti yang sekarang yaitu meneliti tentang pendayagunaan dana zakat dan menganalisisnya serta menggunakan prinsip *Maqashid Syariah*.

2.1.4. Ghosyi, Reza, Widya, & Bakhrul (2021)

Penelitian dari (Ghosyi, et.al, 2021) memiliki tujuan terhadap penelitian ini pola yang digunakan dalam penggunaan media digital, kemudian mengidentifikasi peluang dan resiko yang muncul dari penggunaan media digital, sehingga dapat diketahui strategi pengelolaan penggalangan dana digital yang dirumuskan untuk mencapai level optimal oleh LAZ Taman Zakat Indonesia.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini yaitu, meneliti penggunaan media digital untuk pengelolaan dan penggalangan dana digital oleh LAZ.

Perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini yaitu, peneliti terdahulu mengidentifikasi peluang dan resiko yang muncul jika menggunakan media digital. Sedangkan peneliti sekarang mengidentifikasi pengelolaan dana zakat secara digital.

2.1.5 Yuniar, Adela Natasya, Kasri & Siswantoro (2023)

Penelitian dari (Yuniar, et.al, 2023) memiliki tujuan yang di mana masih sedikit penelitian yang mencoba membahas literatur terkait zakat dan digitalisasi. Studi ini mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji secara sistematis literatur terkait zakat dalam digitalisasi. Dalam menganalisis literatur menggunakan metode

penelitian kualitatif serta statistic deskriptif dan *software VOSviewer* dalam menganalisis data kualitatif. Kajian ini mencakup artikel yang diterbitkan pada jurnal database Mendeley dan Scopus periode 2016-2021. Studi ini menyoroti beberapa tren menarik terkait literatur zakat digital.

Perbedaan penelitian yang dilakukan informan terdahulu yaitu menggunakan statistic deskriptif dan *software VOSviewer* dalam menganalisis data dan peneliti sekarang tidak menggunakan *software VOSviewer*.

Persamaan penelitian dari peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini yaitu, sama meneliti literatur terkait zakat dan digitalisasi yang di mana peneliti saat ini meneliti zakat di dunia maya atau digital.

2.1.6. Othman, Wahid, dan Ismail (2021)

Pada penelitian (Othman, et.al, 2021) memiliki tujuan untuk meliterasi kesadaran, niat, dan gelagat pembayaran zakat pendapatan. Penelitian ini menggunakan kajian teori Gelagat Terancang dengan menggunakan model persamaan berstruktur. Berdasarkan informasi yang di dapatkan Institusi perlu menggiatkan dalam menggunakan media sosial agar meningkatkan kesadaran awal generasi muda menjadi bertanggungjawab membayar zakat.

Perbedaan penelitian yang dilakukan informan terdahulu yaitu menggunakan metode kajian teori gelagat terancang, yang dimana berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan metode netnografi.

Persamaan penelitian informan terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu meneliti literasi zakat pada penggunaan media sosial.

2.1.7. Pusparini, Paramitha, dan Ni'ams (2021)

Pada penelitian (Pusparini, et.al, 2021) memiliki tujuan untuk mengeskplorasi video promosi zakat pada *Youtube* agar meningkatkan literasi kesadaran umat Islam Indonesia terhadap zakat dan menganalisis bagaimana interaksi pengguna youtube. Penelitian ini bersifat kuantitaif dengan menggunakan pendekatan dokumenter dan menguraikan isi dakwah dan sosialisasi zakat pada media sosial. Hasil yang ditemukan adanya saluran paling populer yang menyediakan konten tentang sosialisasi zakat yaitu Al- Bahjah Tv.

Perbedaan penelitian yang dilakukan informan terdahulu yaitu menggunakan metode kuantitatif dan hanya merujuk pada mediasosial *Youtube*.

Persamaan penelitian informan terdahulu dengan saat ini adalah meneliti pada *platform* media sosial *Youtube*.

Table 0.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Informan	Metode	Hasil penelitian
1.	Khumaira, Rachmawati, Nur (2023)	Strategi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Dalam Meningkatkan Pengumpulan Zakat, Infak Dan Shadaqah (Zis)	BAZNAS kabupaten Sukabumi	Kualitatif	BAZNAS Kabupaten Sukabumi memiliki tujuan untuk meningkatkan pengumpulan Zakat, Infaq dan Shadaqah, meskipun sebagian besar masyarakat lebih suka menyalurkannya langsung kepada penerima manfaat (mustahiq).
2.	Mardiah (2018)	Manajemen Strategi BAZNAS Dalam Pengelolaan Dana Filantropi Islam	<i>field research</i>	Kualitatif	Manajemen Strategi yang dilakukan BAZNAS meliputi perencanaan strategi, pengimplementasian strategi dan pengevaluasian strategi.
3.	Ramadhita, Sudirman, Syabbul Bachri (2022)	<i>Model of Zakat Utilization in the Covid-19 Pandemic Era: Perspective of Maqashid Sharia</i>	Wawancara dengan Badan Amil Zakat Jawa Timur, Yayasan Dana Sosial Al Falah Malang, Nurul Hayat Malang, dan Baitul Maal Hidayatullah Malang	Kualitatif	Mendeskripsikan pemanfaatan zakat di provinsi Jawa Timur dan menganalisisnya menggunakan prinsip-prinsip Maqashid Syariah.
4.	Ghosyi, Reza, Widya, Bakhrul (2021)	Optimalisasi Peluang Media Digital: Strategi Meningkatkan Fundraising Zakat di Lembaga Taman Zakat Indonesia	Data primer berupa informasi yang diperoleh dari sumber primer melalui kegiatan observasi partisipasi sedang dan teknik wawancara tidak terstruktur.	Kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pola yang digunakan dalam penggunaan media digital, kemudian mengidentifikasi 2. Peluang dan resiko yang muncul dari penggunaan media digital, sehingga dapat diketahui 3. Strategi pengelolaan penggalangan dana digital yang dirumuskan untuk mencapai level optimal oleh LAZ Taman Zakat Indonesia.
5.	Yuniar, Natasya, Kasri dan Siswantoro (2023)	Zakat dan Digitalisasi: Tinjauan Literatur yang Sistematis	Statistik deskriptif dan software VOSviewer dalam menganalisis data kualitatif	Kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Topik utama yang terkait dengan digitalzakat adalah kelembagaan, pengumpulan zakat dan efisiensi. 2. sebagian besar penelitian terkait zakat digital diterbitkan pada tahun 2016 dan 2020, meskipun terdapat kemungkinan besar bahwa lebih banyak makalah akan diterbitkan pada tahun 2021 3. sebagian besar penelitian terkait zakat digital menggunakan metode penelitian kualitatif 4. Indonesia mendominasi penelitian tentang zakat digital karena sebagian besar penelitian terkait zakat digital banyak dibahas sebagai studi kasus di Indonesia

					5. subtopik yang paling banyak dibahas dalam makalah zakat digital adalah aspek pemasaran zakat digital
6.	Othman, Wahid, dan Ismail (2021)	Peranaan Instagram dalam Membentuk Kesadaran Milenial Kepada Pembayaran Zakat Pendapatan	Teori Gelagat Terancang dengan menggunakan model persamaan berstruktu	Kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkaji peranan media sosial Instagram dalam mempengaruhi pengetahuan generasi milenial terhadap kewajiban membayar zakat pendapatan. 2. Mengkaji hubungan tahap pengetahuan terhadap kesadaran, niat dan gelagat pembayaran zakat pendapatan.
7.	Pusparini, Paramitha, dan Ni'ams (2021)	An Explorative Study on Zakah Promotion Videos in Youtube Media: Content Analysis and User's Interaction	Pendekatan dokumenter serta pendekatan analisis guna menguraikan informasi	Kuantitatif	Menemukan adanya saluran yang paling populer menyediakan konten sosialisasi zakat adalah Al-Bahjah TV

Sumber: Khumaira, Rachmawati, Nur (2023), Mardiah (2018), Ramadhita, Sudirman, Syabbul Bachri (2022), Ghosyi, Reza, Widya, Bakhrul (2021), Yuniar, Natasya, Kasri & Siswanto (2023), Othman, Wahid, dan Ismail (2021), Pusparini, Paramitha, dan Ni'ams (2021)

2.2. Kajian Teoritis

Ada beberapa macam teori yang akan dijelaskan, dengan tujuan yang diharapkan dapat menjadi pedoman dasar penelitian untuk mengadakan analisis dan evaluasi dalam pemecahan masalah. (Bakry, 2017)

2.2.1. Zakat Dunia Maya

Indonesia memiliki potensi zakat yang sangat besar, karena jumlah penduduk Muslimnya yang besar dan perekonomiannya yang terus tumbuh. Namun masih banyak tantangan besar untuk mengoptimalkan potensi tersebut. Salah satu tantangannya adalah bagaimana organisasi zakat dapat mengadopsi strategi inovatif yang sesuai dengan era milenium dan teknologi digital. Pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan ZIS tidak hanya akan memudahkan proses pembayaran zakat tetapi juga dapat mewujudkan transparansi, akuntabilitas dan efisiensi dalam pengumpulan dan pendistribusian dana zakat (Prakoso, et.al. 2023)

Dunia maya ataupun internet memberikan banyak manfaat bagi lembaga penghimpun dan pengelola zakat. Baik BAZNAS maupun LAZ telah memanfaatkan dengan baik media digital untuk bisa meliterasi masyarakat, baik masyarakat muzaki maupun mustahiq. Muzaki akan lebih mudah dalam membayarkan zakat pada lembaga zakat.

2.2.2. Pengertian Zakat

Allah SWT berfirman pada Qs. At-Taubah (9): 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoakan mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan untuk mengambil zakat dari para muzaki untuk bisa membersihkan harta para muzaki tersebut. Ketika seseorang berzakat, maka akan memberikan ketentraman pada jiwanya, karena hartanya telah disucikan dengan zakat.

Secara bahasa zakat merupakan dasar dari zakat yang artinya, suci, berkah, tumbuh, dan terpuji. Sedangkan secara fiqih, zakat yang di mana sejumlah harta wajib diserahkan kepada pihak yang menerimanya. Jika dalam pengertian suci zakat artinya membersihkan diri dari jiwa penyakit kikir, membersihkan harta kepada yang berhak menerima. Zakat merupakan bagian tertentu dari harta yang wajib dibayarkan oleh setiap umat Islam apabila syarat-syarat tertentu terpenuhi (Syafiq, 2018).

Menurut terminologi kitab al-Hâwî, al-Mawardi mengartikan zakat sebagai nama penarikan tertentu atas harta tertentu, menurut ciri-ciri tertentu dan diberikan kepada golongan tertentu tertentu. Orang yang membayar zakat disebut Muzaki. Sedangkan yang menerima zakat disebut Mustahik. Zakat keluar dari harta yang dimiliki, tetapi tidak semua harta bisa untuk dizakatkan, berikut adalah harta yang wajib dizakatkan:

1. Harta/barang yang diperoleh secara halal
2. Harta dimiliki penuh oleh pemilik harta
3. Harta yang dapat berkembang
4. Harta yang mencapai nisabnya sesuai besarnya harta
5. Harta tersebut melewati haul
6. Pemilik harta tidak memiliki hutang jangka pendek yang harus dilunasi dalam waktu dekat.

Sebagai instrumen yang masuk dalam salah satu Rukun Islam, zakat tentu saja memiliki aturan mengikat dari segi ilmu fiqihnya, salah satu di antaranya adalah kepada siapa zakat diberikan. Dalam QS. At-Taubah ayat 60, Allah memberikan ketentuan ada delapan golongan orang yang menerima zakat yaitu sebagai berikut:

1. Fakir, mereka yang hampir tidak memiliki apa-apa sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok hidup.
2. Miskin, mereka yang memiliki harta namun tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar kehidupan.
3. *Amil*, mereka yang mengumpulkan dan mendistribusikan zakat.
4. Muallaf, mereka yang baru masuk Islam dan membutuhkan bantuan untuk menguatkan dalam tauhid dan syariah.
5. *Riqab*, budak atau hamba sahaya yang ingin memerdekakan dirinya.
6. *Gharimin*, mereka yang berhutang untuk kebutuhan hidup dalam mempertahankan jiwa dan izzahnya.
7. *Fi sabilillah*, mereka yang berjuang di jalan Allah dalam bentuk kegiatan dakwah, jihad dan sebagainya.
8. *Ibnu Sabil*, mereka yang kehabisan biaya di perjalanan dalam ketaatan kepada Allah.

Selain itu, secara umum zakat juga menjadi 2 bagian yakni zakat mal dan zakat fitrah. Zakat fitrah adalah zakat yang diwajibkan atas setiap jiwa baik lelaki dan perempuan muslim yang dilakukan pada bulan Ramadhan. Sedangkan zakat mal adalah zakat yang dikenakan atas segala jenis harta, yang secara zat maupun substansi perolehannya, tidak bertentangan dengan ketentuan agama. Sebagai

contoh, zakat mal terdiri atas uang, emas, surat berharga, penghasilan profesi, dan lain-lain. Salah satu contoh zakat mal yaitu zakat emas, perak, dan logam mulia, (baznas tentang zakat. 2023. Diakses pada 11 januari 2024).

2.2.3. Studi Netnografi

Pada tahun 1995 seorang social Media Marketing Researcher serta profesor pada Ilmu Pemasaran *University of Southem California*, Robert Kozinet mengembangkan penelitian Netnografi dengan tujuan menganalisis pengguna media online mengenai Brand Star Trek. Penelitian ini banyak digunakan untuk berbagai ragam jenis penelitian hingga saat ini. Netnografi berasal dari gabungan kata internet dan etnografi, yang merupakan perluasan dan metode etnografi yang digunakan untuk menganalisis situasi dan aktivitas di dunia maya yang dibangun di atas infrastruktur internet. Metode penelitian netnografi bertujuan untuk mengungkap pemahaman mendalam tentang kehidupan komunitas virtual dari sudut pandang peneliti. Dalam konteks netnografi, orang-orang yang berada di media sosial dikenal sebagai netizen atau *warganet*. Netnografi fokus pada pengguna internet di komunitas online yang memiliki kehidupan sehari-hari yang berarti Sulianta, (2021) dalam Sari, (2022).

2.2.4. Platform Instagram

Instagram merupakan salah satu buah dari perkembangan teknologi komunikasi *online* dan digunakan masyarakat untuk mengunggah aktivitasnya dalam bentuk foto dan video. Belakangan ini, para pebisnis juga bisa memanfaatkan *Instagram* untuk mempromosikan produknya. Fitur *Instagram* membantu para pebisnis mempromosikan produknya ke masyarakat luas dan dunia. Indonesia merupakan negara yang menempati peringkat ketiga sebagai yang masyarakatnya

pengguna *Instagram* terbanyak di Indonesia. Alasan *instagram* menjadi pilihan untuk media pemasaran karena *Instagram* sudah pasti dimiliki oleh masyarakat. Orang tua hingga anak muda banyak yang memiliki *Instagram* sebagai bentuk pengapresiasi diri (Rasyid, 2020).

Media sosial adalah salah satu cara yang ampuh bagi para pelaku bisnis untuk menggunakan marketing sosial Internet untuk mempromosikan produk mereka. Bisnis dapat menggunakan media sosial ini untuk menarik pelanggan dan mempromosikan produk mereka dengan mudah. *Instagram* adalah platform media sosial yang paling umum digunakan oleh para pebisnis untuk meningkatkan popularitasnya agar bisa memasarkan produknya. Cara mempergunakan *Instagram* relatif mudah, karena hanya meng-*upload* gambar dan deskripsi produk dalam beberapa menit dan semua orang dapat melihat produk yang diupload. Baik pemilik akun maupun *follower* yang memanfaatkan *Instagram* tidak dipungut biaya apapun (Aryani, 2022).

2.2.5. Platform Youtube

Youtube memiliki pengguna sebanyak 170 juta pengguna atau 93,8 persen dari total keseluruhan pengguna internet yang berusia 16-64 tahun, yaitu 181,9 juta pengguna. Dari jumlah seluruh pengguna internet yang ada di Indonesia, Youtube merupakan media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia dengan presentase 88 persen, Dengan kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan youtube di Indonesia cukup tinggi, sehingga informasi yang disampaikan melalui platform tersebut lebih efektif dan efisien untuk lebih mudah diterima masyarakat terutama penyampaian informasi dalam bentuk visual maupun audio visual (Wahyuningsih 2022).

2.2.6. Karakteristik *Warganet* Indonesia

Pada era di mana teknologi informasi semakin memengaruhi gaya hidup setiap orang dalam komunitasnya, sistem informasi adalah kombinasi dari teknologi informasi dan aktivitas orang yang menggunakannya untuk membantu mencapai tujuan. *Warganet* dan sosial media sangat penting dalam hal ini karena *warganet*, pada dasarnya manusia, berkomunikasi, mencari, dan berbagi hiburan dan informasi dengan berbagai macam aktivitas di dunia nyata, kemudian menjadi viral di media sosial. Hal ini tidak hanya berdampak di internet, tetapi juga sangat berdampak di dunia nyata.

Media sosial adalah media online (daring) yang digunakan untuk pergaulan sosial di internet. Hal-hal yang viral di media sosial memiliki dampak yang signifikan pada dunia nyata. Jika konten diviralkan dengan baik, itu benar-benar dapat mendidik masyarakat. Namun, karena informasi yang diterima di internet tidak dibaca secara selektif, tetapi langsung diposting, konten negatif yang diviralkan dengan cepat dapat memprovokasi masyarakat. Hal ini dapat memengaruhi kehidupan masyarakat secara langsung atau tidak langsung dan berpotensi memicu pergerakan massa (Suryatni, 2019).

2.2.7. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)

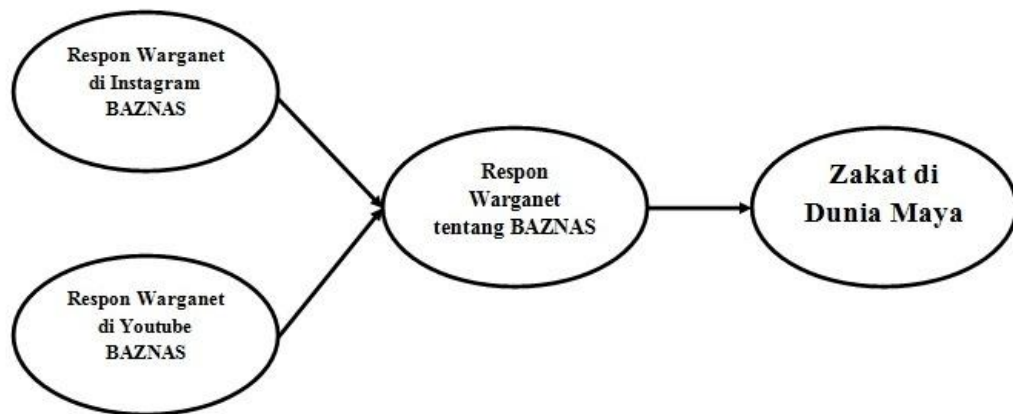
Keppres No 07/POIN/10/1968, tanggal 31 Oktober 1968, yang mengatur pengelolaan zakat nasional yang dilakukan oleh lembaga. Saat itu, lembaga pengelola zakat hanya ada di beberapa daerah saja, seperti BAZIS DKI (1968), BAZIS Kaltim (1972), dan BAZIS Jawa Barat (1974), dan beberapa BUMN mendirikan lembaga zakat, seperti BAMUIS BNI (1968). Pada tahun 1999, Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat mengawali

sistem pengelolaan zakat yang berlaku di seluruh negeri. Dengan Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2001, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) didirikan untuk melaksanakan UU Nomor 38 Tahun 1999. Dalam Surat Keputusan ini, BAZNAS ditugaskan untuk mengumpulkan dan memanfaatkan zakat. Menurut Undang-Undang, ada dua jenis organisasi pengelola zakat, yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk oleh masyarakat dan dikukuhkan oleh pemerintah. Adapun BAZ terdiri dari BAZNAS pusat, BAZ Propinsi, BAZ kota, BAZ Kecamatan.

Menurut Keppres RI No. 8 Tahun 2011, Badan Amil Zakat daerah adalah satu-satunya badan resmi yang dibentuk pemerintah. Bertanggung jawab atas pengumpulan dan penyaluran dana ZIS di tingkat nasional. Namun, di tingkat wilayah kedaerahan, Badan Amil Zakat Daerah bertanggung jawab atas: perencanaan dan pelaksanaan pengumpulan, distribusi, dan pendayagunaan zakat, dan pelaporan dan tanggung jawab atas pengelolaan zakat di daerah. Badan Amil Zakat berusaha mengoptimalkan distribusi dan pemanfaatan zakat untuk mengakhiri kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan secara konsisten membantu pemerintah dan masyarakat dalam memerangi kemiskinan dan keterbelakangan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan literasi digital pada zakat di dunia maya: studi netnografi respon *warganet* pada *Instagram dan Youtube* BAZNAS dapat di gambarkan dalam kerangka pemikiran seperti gambar 2.3.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Dari kerangka di atas, menjelaskan tentang respon *warganet* yang akan digunakan peneliti sebagai landaasan penelitian yang berjudul “Zakat Di Dunia Maya: Studi Netnografi Respon *Warganet* Pada *Instagram dan Youtube* Badan Amil Zakat Nasional Indonesia”. Peneliti menganalisis bagaimana respon *warganet* pada *Instagram dan Youtube* Badan Amil Zakat Nasional Indonesia. Selanjutnya peneliti akan melakukan analisis serta observasi terhadap penggalangan dana zakat didunia maya oleh BAZNAS pada *platform Instagram dan Youtube*.