

BAB IV

GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Subjek Penelitian

Peneliti telah melakukan wawancara serta observasi mencari respon *warganet* pada social media BAZNAS menggunakan metode netnografi. Metode ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman dalam kehidupan virtual dari sudut pandang peneliti. Perkembangan teknologi menjadikan masyarakat salah satu faktor utama menggunakan media sosial dalam beraktivitas, dengan begitu sebagian komunitas atau organisasi juga memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. *Instagram dan Youtube* merupakan dari beberapa media sosial yang digunakan BAZNAS sebagai media promosi. Informan pada penelitian ini merupakan para pakar ekonomi, masyarakat ekonomi serta *warganet* yang ada pada media sosial BAZNAS sesuai dengan karakteristik penelitian.

4.1.1 Observasi Subyek Peneliti.

Subyek pada penelitian ini adalah bagaimana respon *warganet* pada *Instagram dan Youtube* Badan Amil Zakat Nasional Indonesia (BAZNAS). BAZNAS merupakan lembaga atau badan yang menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS). BAZNAS merupakan sebagai salah satu lembaga pemerintahan non struktural yang dimana BAZNAS bertanggung jawab langsung kepada pemerintah Indonesia. Sehingga diperlukan respon *warganet* dari umat Islam yang ada di Indonesia menjadi subyek penelitian agar mendapatkan beberapa kategori karakteristik *warganet* yang ada di media sosial

Dari hasil observasi awal peneliti, Prof. Dr. H. Noor Achamd M.A selaku ketua Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) RI, mengatakan “*bahwa pentingnya peran media dalam kampanye zakat, infaq, dan sedekah (ZIS). Terlebih pada era digital yang terus berkembang ini, peran tersebut diperkuat sehingga makin memudahkan masyarakat dalam menunaikan ibadahnya*” (baznas.go.id). BAZNAS sudah mengikuti adanya perkembangan jaman dengan memiliki akun di media sosial, dengan begitu BAZNAS akan lebih mudah menyampaikan informasi terkait ZIS. Muzakki akan sangat dimudahkan dengan adanya media sosial serta postingan BAZNAS yang mengunggah konten promosi terkait ZIS.

4.1.2 Wawancara Subyek Peneliti

Berikut ini adalah peneliti menjelaskan terkait subyek penelitian yang dijadikan informan pada peneliti ini.

Table 4.1 Data Informan

No	Nama Akronim Informan	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pengguna Media Sosial	Literasi Zakat
1.	PKS	P	22	Asisten Selebgram	Instagram & Tiktok	Mengeluarkan Zakat
2.	SIR	P	21	Mahasiswi Ekonomi Syariah	Instagram & Tiktok	Mengeluarkan Zakat
3.	NAS	L	38	Dosen Ekonomi Syariah	Instagram & Youtube	Mengeluarkan zakat dan meliterasi Zakat
4.	RS	P	21	Mahasiswi Ekonomi Syariah	Instagram, Tiktok & Youtube	Mengeluarkan zakat
5.	BR	P	21	Mahasiswi Ekonomi Syariah	Instagram & Youtube	Mengeluarkan zakat
6.	MIN	P	21	Mahasiswi Ekonomi Syariah	Instagram & Youtube	Mengeluarkan zakat
7.	RD	p	22	Mahasiswi Ekonomi Syariah	Instagram & Youtube	Mengeluarkan zakat
8.	D	L	36	Dosen Ekonomi Syariah	Instagram & Youtube	Mengeluarkan zakat dan meliterasi Zakat
9.	DA	P	21	Mahasiswi Ekonomi Syariah	Instagram & Youtube	Mengeluarkan zakat
10.	H	L	40	Pengelola Media sosial BAZNAS Sidoarjo	Instagram	Mengeluarkan zakat

11.	AH	L	35	Pengelola Media Sosial BAZNAS Sidoarjo	Instagram	Mengeluarkan zakat
-----	----	---	----	--	-----------	--------------------

Berdasarkan tabel di atas, maka peneliti akan mendiskripsikan lebih jelas terkait dengan subyek penelitian:

1. Saudari PKS sebagai masyarakat ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media. Saudari PKS bekerja sebagai asisten *Selebgram* serta pengguna media sosial yang terliterasi untuk mengeluarkan zakat. Konten promosi yang dipahami oleh saudari PKS adalah pada laman instagram, karena saudari PKS membuat konten promosi untuk *content creator*.
2. Saudari SIR sebagai masyarakat ekonomi serta mahasiswi Ekonomi Syariah berusia 21 tahun yang memahami Promosi pada platform sosial media. Konten promosi yang dipahami oleh saudari SIR adalah pada laman instagram, karena saudari membuat konten promosi untuk *content creator*. Saudari SIR juga terliterasi untuk mengeluarkan zakat.
3. Bapak NAS merupakan seorang Dosen Ekonomi Syariah berusia 38 tahun dan aktif menggunakan sosial media *Instagram & Youtube* untuk mencari informasi tentang zakat. Beliau juga mengambil informasi tersebut untuk memberikan pelajaran kepada murid-murid. Menurut beliau, postingan dari instagram dan youtube BAZNAS sudah cukup baik, karena dapat memberikan informasi dan meliterasi warganet.
4. Saudari RS sebagai mahasiswi Ekonomi Syariah berusia 21 tahun yang menggunakan media sosial dan juga memahami media sosial sebagai media promosi. Saudari RS terliterasi untuk mengeluarkan zakat. Salah satu

informasi zakat yang diketahui saudari RS yaitu dari postingan akun *Instagram* BAZNAS.

5. Saudari BR sebagai mahasiswi Ekonomi Syariah berusia 21 tahun yang menggunakan media *Instagram & Youtube*. Saudari BR juga terliterasi untuk mengeluarkan zakat. Konten promosi pada media sosial juga sudah menjadi pemahaman bagi saudari BR.
6. Saudari MIN sebagai mahasiswi Ekonomi Syariah berusia 21 tahun yang menggunakan media sosial *Instagram & Youtube* untuk membagikan kegiatan sehari-harinya, serta memahami promosi di *Instagram & Youtube*. Saudari MIN juga terliterasi untuk mengeluarkan zakat.
7. Saudari RD sebagai mahasiswi Ekonomi Syariah berusia 22 tahun bekerja pada BAZNAS Sidoarjo. Beliau menggunakan media sosial untuk membagikan kegiatan sehari-harinya serta mempromosikan usaha yang dimiliki. Saudari RD memiliki usaha dan mempromosikannya pada laman *Instagram*, dapat dibilang saudari RD memahami bagaimana promosi pada media sosial. Beliau juga terliterasi untuk mengeluarkan zakat.
8. Bapak D merupakan seorang praktisi Ekonomi Syariah berusia 36 tahun, memiliki pekerjaan sebagai Dosen. Beliau juga menggunakan media sosial *Instagram & Youtube*.
9. Saudari DA sebagai mahasiswi Ekonomi Syariah berusia 21 tahun yang menggunakan media sosial *Instagram & Youtube* untuk membagikan kegiatan sehari-harinya, serta memahami promosi di *Instagram & Youtube*. Saudari DA juga terliterasi untuk mengeluarkan zakat.

10. Saudara H sebagai pengelola Media Sosial BAZNAS Sidoarjo berusia 35 tahun yang merupakan kepala pengelola media sosial BAZNAS Sidoarjo. Serta menggunakan media sosial Instagram untuk membagikan kegiatan BAZNAS saat penyaluran dan pendistrusian dana zakat pada Kota Sidoarjo.
11. Saudara AH sebagai pengelola Media Sosial BAZNAS Sidoarjo berusia 34 tahun yang merupakan kepala sumber daya manusia BAZNAS Sidoarjo. Serta menggunakan media sosial Instagram untuk membagikan kegiatan BAZNAS saat penyaluran dan pendistrusian dana zakat pada Kota Sidoarjo.

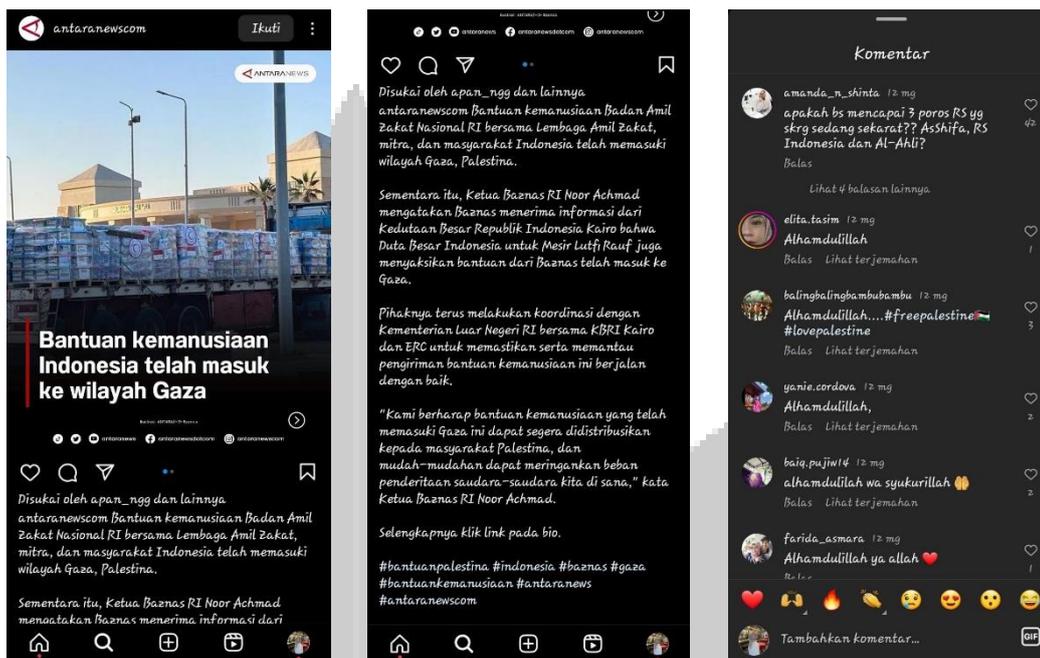
4.2 Temuan Penelitian

Pada temuan penelitian menjelaskan hasil dari penelitian yang diperoleh dari wawancara dan menggali informan pada kolom komentar media sosial Baznas. Peneliti mendapatkan beberapa temuan yang akan dibahas lebih detail pada bab ini.

4.2.1 Analisis Respon *Warganet* tentang zakat pada *Instagram Baznas Indonesia*

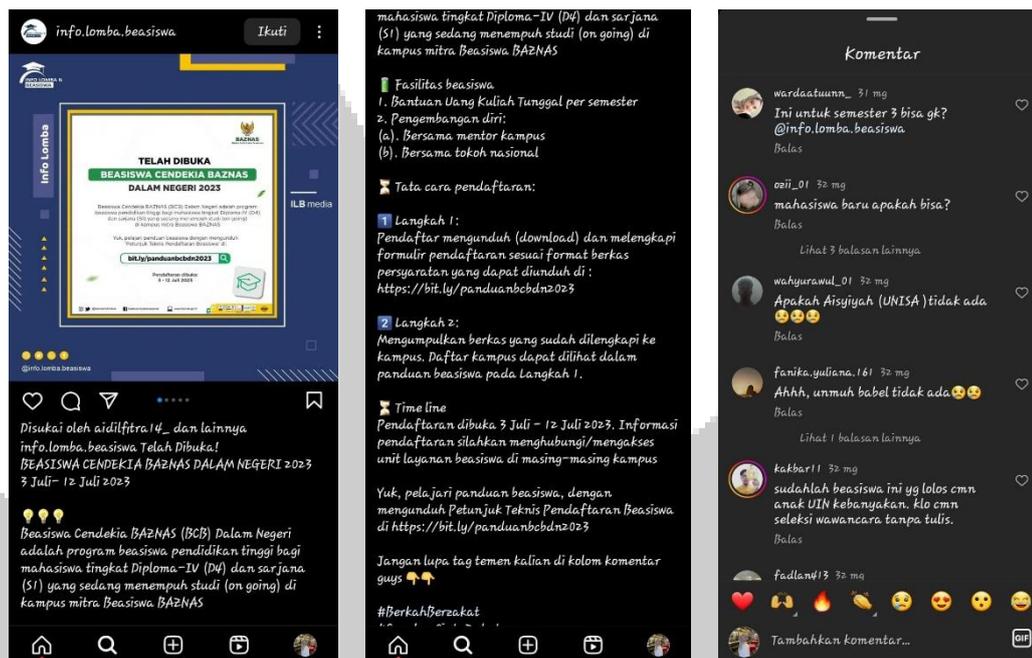
Untuk mengetahui respon komentar *warganet* pada kolom komentar *Instagram Baznas* peneliti melihat dari berbagai postingan yang telah diunggah pada media sosial Baznas. Dapat dilihat dari hastag #baznas serta beberapa akun instagram BAZNAS.

1. ***Hashtag #baznas #baznasindonesia #baznasjatim***



Gambar 4. 1 Konten pada Baznas

Pada gambar 4.1 di atas adalah akun @antaranewscom yang mengunggah postingan tentang bantuan kemanusiaan Indonesia yang telah masuk di wilayah Gaza, Palestina. Menurut ketua BAZNAS RI Bapak Noor Ahmad “kami berharap bantuan kemanusiaan yang telah memasuki Gaza ini dapat segera didistribusikan kepada masyarakat Palestina, dan mudah-mudahan dapat meringankan beban penderitaan saudara-saudara kita disana”. Postingan tersebut membuat para warganet banyak berkomentar salah satunya “Alhamdulillah ya Allah”. Jika dilihat dari kolom komentar para warganet sangat terbantu adanya informasi yang telah diunggah terkait dengan bantuan kemanusiaan yang telah sampai di Gaza, Palestina. Dengan demikian para donatur dapat lebih mempercayakan dana zakat yang telah diberikan pada BAZNAS, karena jika dilihat pada postingan tersebut BAZNAS sudah mendistribusikan dana zakat sesuai dengan sasaran.

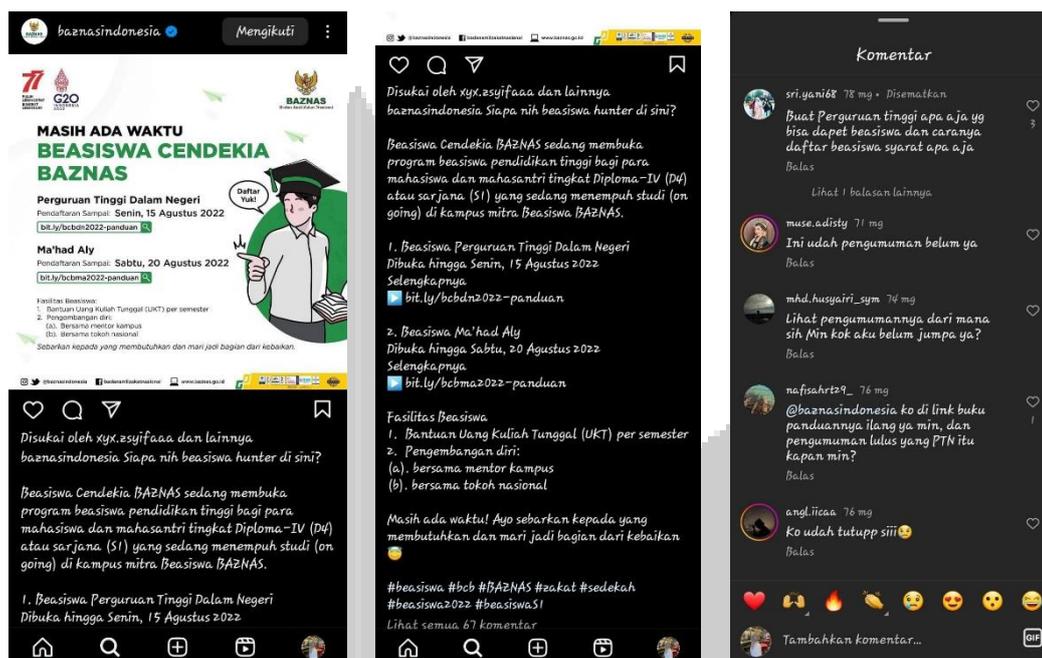


Gambar 4. 2 Konten pada Baznas

Pada gambar 4.2 di atas adalah akun *@info.lomba.basiswa* yang dimana akun tersebut mengunggah postingan tentang beasiswa yang diminati oleh banyak mahasiswa yang membutuhkan. Pada postingan tersebut juga dijelaskan syarat-syarat apa saja yang harus dilengkapi dan fasilitas apa saja yang akan didapatkan oleh mahasiswa penerima beasiswa tersebut. Pada kolom komentar juga banyak mahasiswa yang bertanya, *apakah bisa jika mahasiswa baru yang mendaftar?*. Postingan ini sangat membantu para mahasiswa yang sedang membutuhkan beasiswa, maka dari itu mahasiswa dengan mudah mencari pada *hashtag #baznas*. Pada postingan diatas memberikan manfaat bagi BAZNAS dimana para mahasiswa dan mahasiswi menjadi mengetahui banyak tentang BAZNAS dan memberikan dedikasi secara penuh bagi BAZNAS terkait penerimaan dan pendistribusian dana zakat.

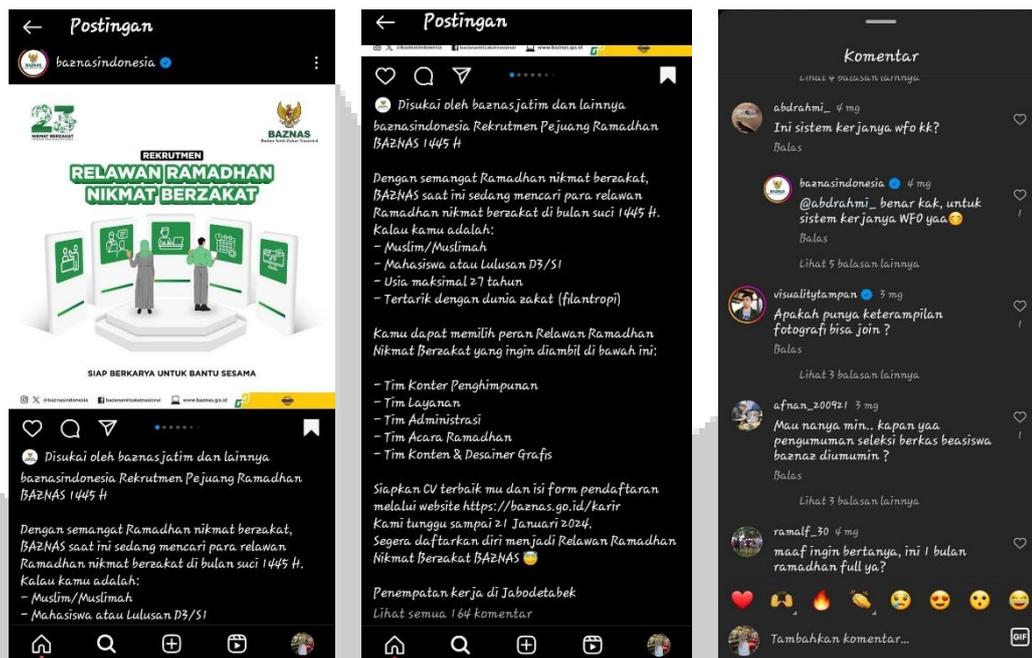
2. Akun Instagram Baznas

a. @Baznasindonesia



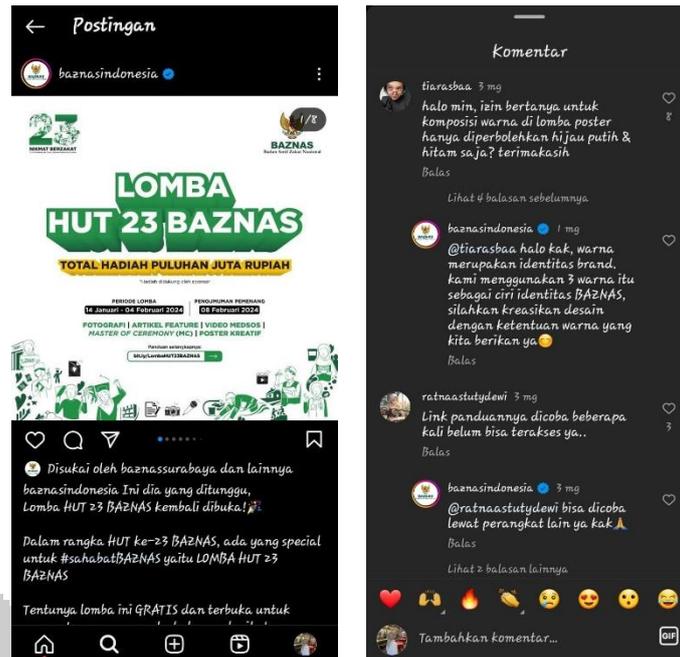
Gambar 4.3 Instagram @baznasindonesia

Pada gambar 4.3 di atas adalah akun *Instagram @baznasindonesia* yang memposting tentang beasiswa cendekia BAZNAS. Program beasiswa ini sangat menarik antusias para mahasiswa dan mahasantri di Indonesia yang menginginkan beasiswa tingkat Diploma-IV (D4) atau Sarjana (S1) yang juga sedang menempuh pendidikan di kampus mitra beasiswa BAZNAS. Dapat dilihat banyaknya komentar yang ditulis pada postingan tersebut, karena mahasiswa dan mahasantri sangat menginginkan dan berantusias menanyakan bagaimana cara agar mendapatkan beasiswa tersebut.



Gambar 4. 4 Instagram @baznasindonesia

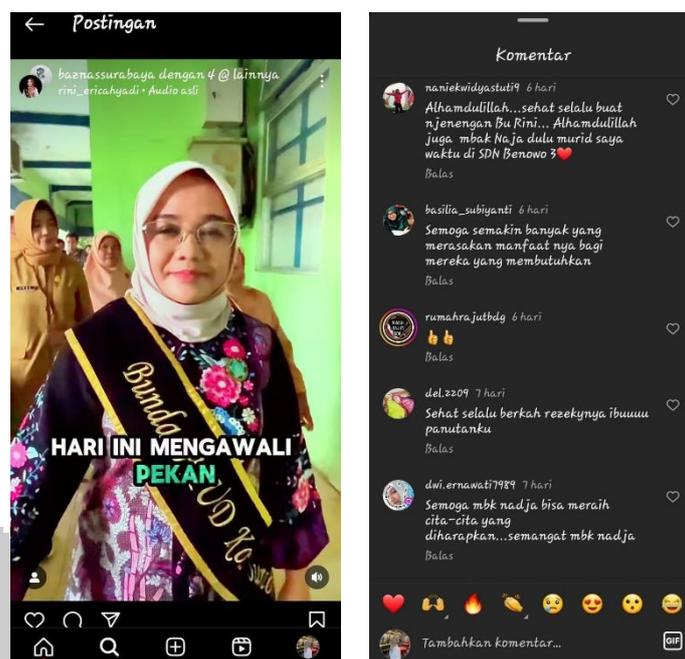
Pada gambar 4.4 di atas adalah akun *Instagram @baznasindonesia* yang mengunggah tentang relawan ramadhan yang merupakan program dari BAZNAS Indonesia. Program ini membutuhkan relawan ramadhan yang dibagi beberapa peran salah satunya, tim layanan, tim acara ramadhan, dan tim administrasi. Para relawan dapat mendaftarkan diri pada link yang disediakan dengan mengirim CV. Postingan ini mendapatkan banyak antusias bagi masyarakat yang tertarik menjadi relawan ramadhan pada program BAZNAS Indonesia. Salah satu komentar yang dituliskan oleh warganet adalah bertanya terkait bagaimana sistem kerja yang akan dilakukan. Jika dilihat pada gambar 4.4 di atas, postingan tersebut memberikan manfaat tidak hanya pada relawan tetapi bermanfaat bagi BAZNAS juga. Manfaat yang diperoleh BAZNAS yaitu dedikasi seorang relawan yang membantu BAZNAS untuk mendapatkan dana zakat lebih banyak lagi.



Gambar 4.5 Instagram @baznasindonesia

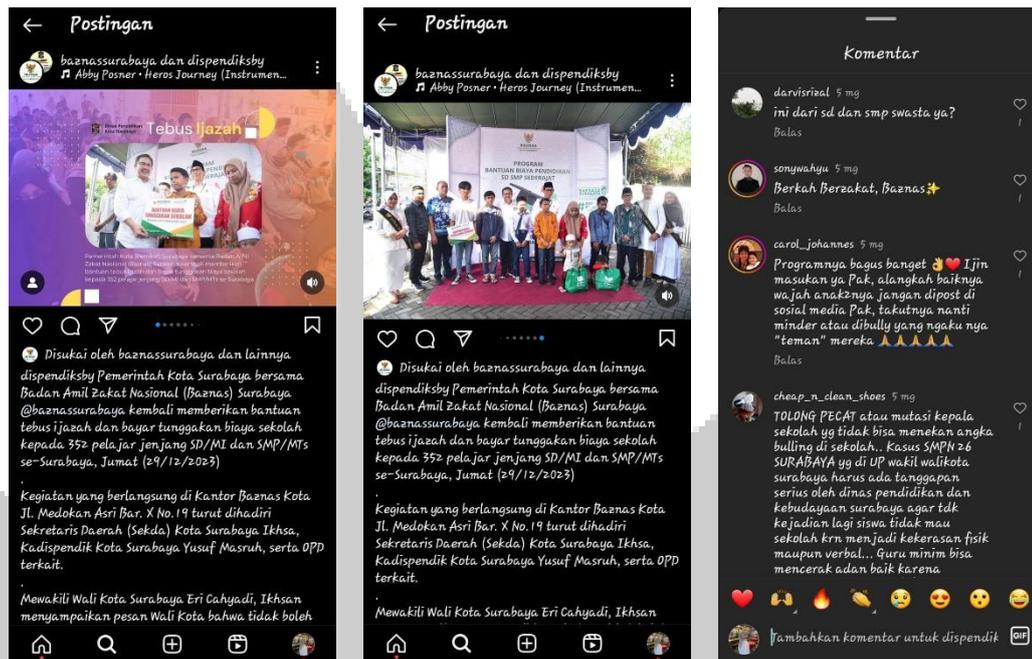
Pada gambar 4.5 di atas adalah akun *Instagram @baznasindonesia* yang mengunggah tentang lomba memperingati hari ulang tahun BAZNAS indonesia yang ke-23. Lomba yang diadakan ini tidak dipungut biaya dan terbuka untuk umum, sehingga masyarakat yang ingin mengikuti lomba tersebut dapat melakukan syarat-syarat yang harus dipenuhi sehingga dapat mengikuti lomba tersebut. Beberapa lomba yang diadakan seperti: Lomba Fotografi, Lomba Artikel Feature, Lomba *Master of Ceremony*, Lomba Poster Kreatif. Jika dilihat pada kolom komentar beberapa warganet tertarik mengikuti lomba tersebut sehingga menanyakan beberapa hal yang belum peserta pahami.

b. @Baznassurabaya



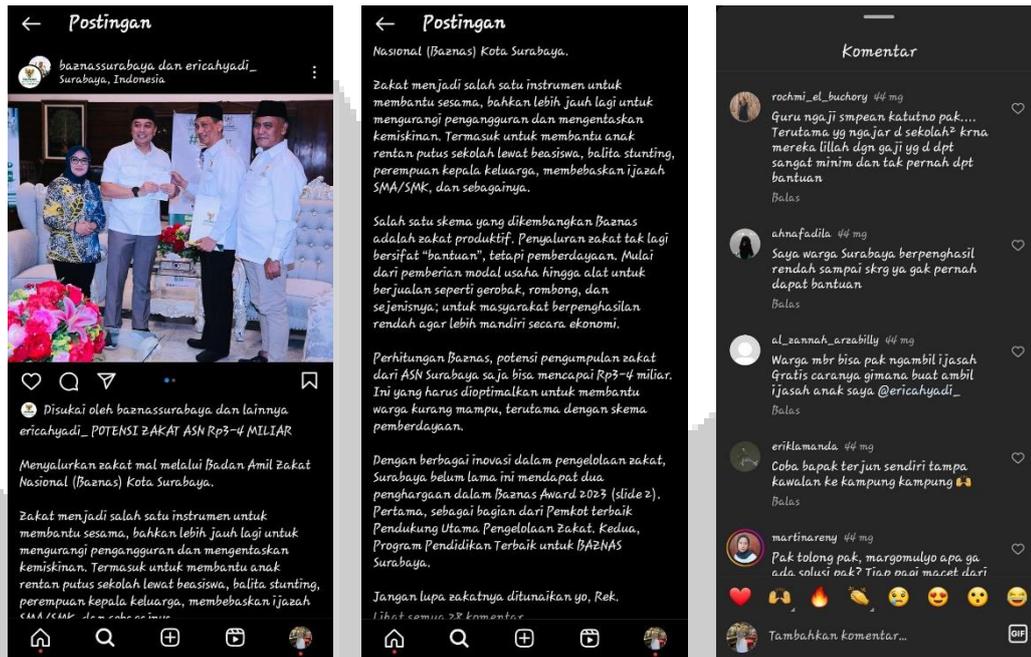
Gambar 4. 6 Instagram@baznassurabaya

Pada gambar 4.6 di atas adalah akun *instagram* @baznassurabaya yang mengunggah video terkait dengan bantuan yang dilakukan Ibu walikota Surabaya Ibu Rini Cahyadi. Bantuan yang diberikan berupa alat dengar dan sembako yang didistribusikan di SMPN 20 Surabaya. Program bantuan ini keliling tidak hanya di SMPN 20 Surabaya saja tetapi ke semua sekolah yang memerlukan bantuan di Surabaya. Postingan yang memiliki antusias warganet salah satunya dengan memberikan wajah publik figure yang dikenali oleh banyak orang khususnya di Surabaya seperti Ibu Walikota Surabaya Ibu Rini cahyadi.



Gambar 4. 7 Instagram @baznassurabaya

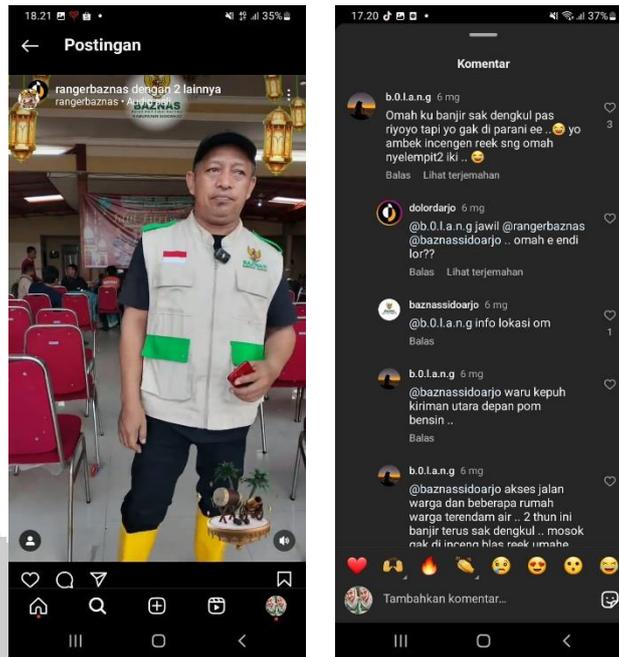
Pada gambar 4.7 di atas adalah akun *Instagram* @baznassurabaya yang mengunggah beberapa foto acara pemberian bantuan program tebus ijazah yang dilakukan pemerintah kota Surabaya bekerjasama dengan BAZNAS Surabaya. Program tebus ijazah ini memberikan bantuan tebus ijazah dan bayar tunggakan biaya sekolah kepada 352 pelajar yang ada di Surabaya. Jika dilihat pada kolom komentar terdapat beberapa komentar yang memberikan saran agar wajah dari penerima program bantuan tebus ijazah tidak perlu di perlihatkan, karena akan menimbulkan rasa kurang percaya diri.



Gambar 4. 8 Instagram @baznassurabaya

Pada gambar 4.8 di atas adalah akun *Instagram* @baznassurabaya yang berkolaborasi mengunggah foto yang diabadikan sebagai penyaluran zakat yang langsung diserahkan oleh Bapak Walikota Surabaya, Bapak Eri Cahyadi. Postingan tersebut mendapatkan banyak komentar yang berupa saran untuk Bapak Walikota Surabaya dan juga BAZNAS Surabaya. Salah satu saran yang dituliskan beberapa warga yang kurang mampu belum mendapatkan bantuan secara merata, dengan begitu para masyarakat menuliskan keluhan nya di kolom komentar tersebut agar dapat dilihat langsung oleh Bapak Eri Cahyadi dan BAZNAS Surabaya.

c. @Baznassidoarjo



Gambar 4. 9 Instagram @baznassidoarjo

. Pada gambar 4.9 di atas adalah akun *Instagram @baznassidoarjo* yang mengunggah video kegiatan menyalurkan donasi dari BAZNAS kota Sidoarjo untuk saudara yang terkena musibah bencana banjir tepatnya pada wilayah Kecamatan Sedati, Desa Semampir. Donasi tersebut menyalurkan bantuan beras masing-masing lima kilogram kepada 500 warga di Desa Semampir dan 200 warga di Desa Sedati Agung, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.



Gambar 4. 10 Instagram @baznassidoarjo

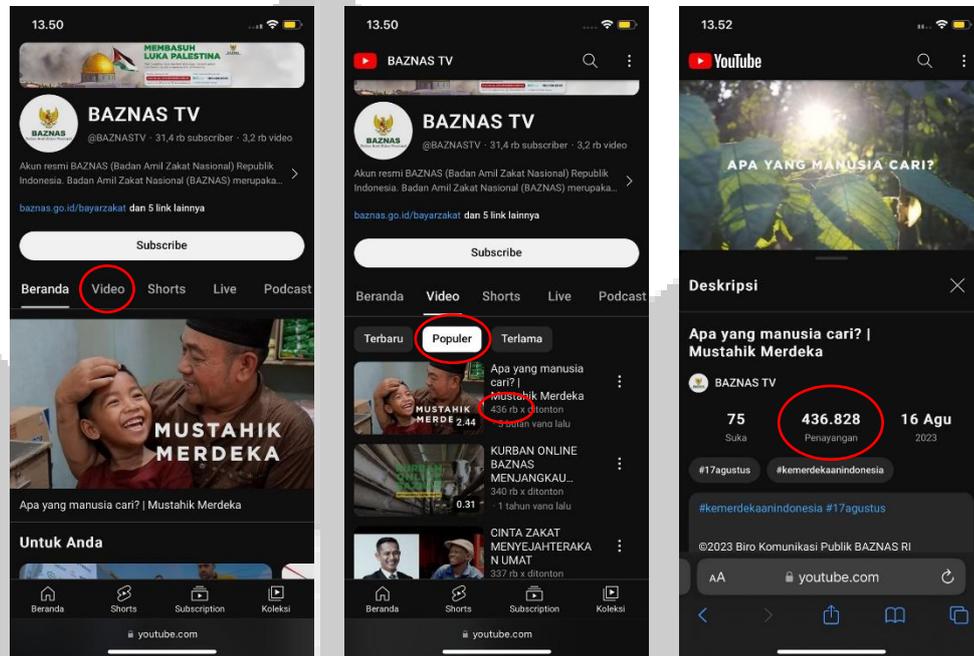
Pada gambar 4.10 di atas adalah akun *Instagram @baznassidoarjo* yang mengunggah BAZNAS Kabupaten Sidoarjo bersama Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Sidoarjo, Lembaga amil, zakat, infaq dan shdaqah dari Nahdlatul Ulama, serta Pemerintahan Desa Kedungrejo bersinergi membantu merenovasi rumah korban kebakaran akibat korsleting listrik.

4.2.2 Analisis Respon Warganet tentang Zakat pada Youtube BAZNAS Indonesia

Untuk mengetahui respon *warganet* pada konten *Youtube* Baznas peneliti melihat dari berbagai postingan video yang telah diunggah pada media sosial Baznas. Pada aplikasi *Youtube* terdapat beberapa video yang masuk dalam beberapa kategori: *Pertama*, Video terbaru; *Kedua*, Video populer; *Ketiga*, Video terlama. Pada penelitian ini mengambil data dengan menggunakan kategori video populer. Berikut dibawah adalah beberapa akun *Youtube* BAZNAS dengan kategori Populer:

1. BAZNAZ TV

a) Video Ter-Popular



Gambar 4. 11 Akun Youtube Baznas TV

Gambar 4.11 di atas adalah tampilan akun *Youtube* BAZNAS TV, dimana terdapat lingkaran merah yang merupakan kategori yang dimiliki *youtube* agar para penonton dengan mudah dapat melihat video populer. Populer yang dimaksud ialah dikenal warganet serta mudah dipahami oleh warganet. Video populer pada gambar di atas yang berjudul “*Apa yang manusia cari?*” memiliki makna bahwa yang manusia cari adalah kebahagiaan; Bahagia saat merasakan cinta, Bahagia saat bertemu dengan orang yang menciptakan tawa, bahagia saat mendapatkan gaji pada tanggal 1 atau 25 setiap bulannya, bahagia saat melihat orang lain bahagia. Kebahagiaan tersebut di bagikan oleh BAZNAS pada program yang telah dilakukan dan berjalan seperti; Mengelola 850 titik *Zchicken*, menguatkan 7550 UMKM, BAZNAS tanggap berbagai bencana, mendampingi 661 saudagar *Zmart*. Program

tersebut dimaksud dengan yang dicari manusia adalah kebahagiaan dengan membantu sesama manusia yang membutuhkan.



Gambar 4. 12 Video Populer Kedua

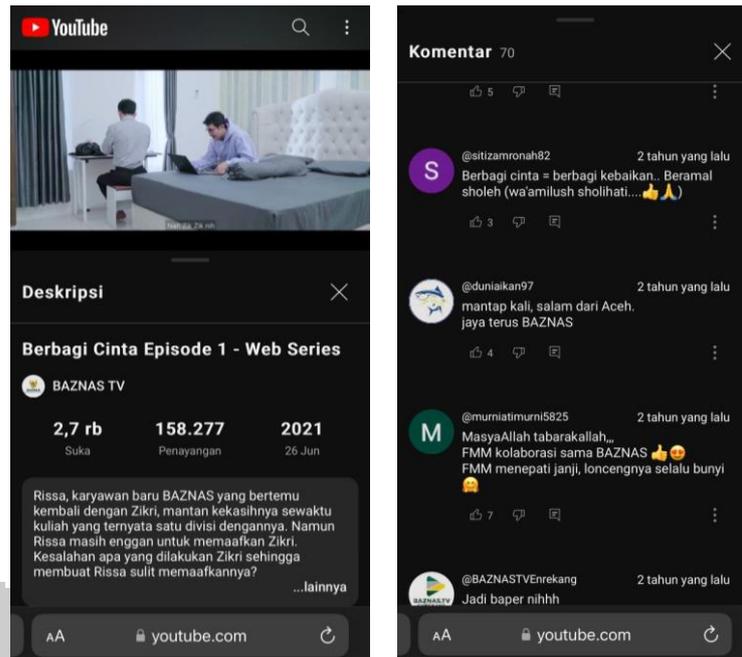
Gambar 4.12 di atas merupakan video populer *kedua* dengan jumlah sebanyak 340.138 penayangan berjudul “*Kurban Online BAZNAS Menjangkau Ujung Negeri*”. Video tersebut menjelaskan jika umat Islam yang membayarkan Qurban nya pada BAZNAS dapat membayar secara online, dengan tujuan membuat kemudahan dalam melaksanakan ibadah Qurban. Baznas juga menyalurkan hingga ke ujung negeri, sehingga masyarakat muslim di seluruh wilayah Indonesia dari kota besar hingga kota terpencil mendapatkan hak dan keadilan untuk menerimanya. Peternak yang dipilih merupakan peternak binaan BAZNAS yang di mana masyarakat juga membantu serta memberdayakan peternak binaan BAZNAS. Qurban tersebut sudah sesuai dengan syariat Islam.



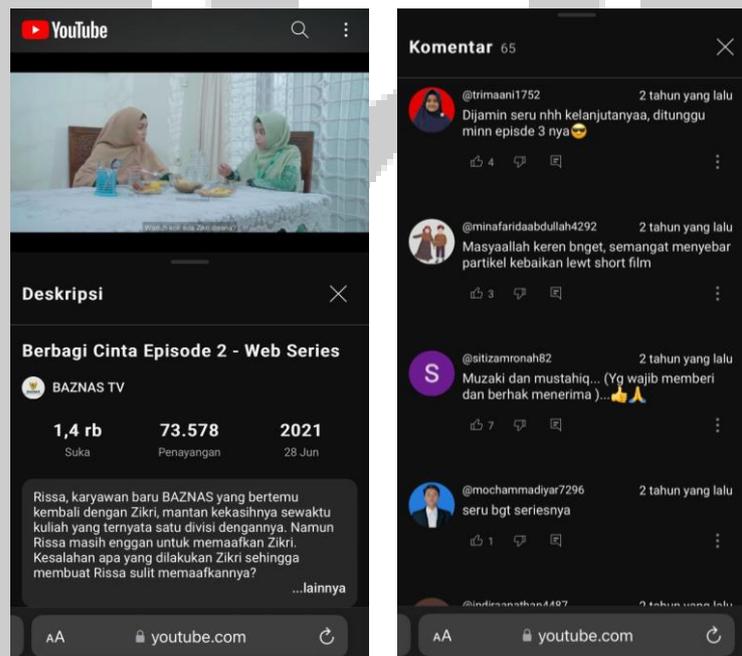
Gambar 4. 13 Video Populer Ketiga

Gambar 4.13 di atas merupakan video populer *ketiga* yang memiliki 337.569 penayangan berjudul “*Cinta Zakat Menyejahterakan Umat*”. Video tersebut memiliki makna bahwa kebahagiaan setiap orang berbeda, kebahagiaan tidak dapat diukur dengan seberapa mampu orang tersebut, karena kebahagiaan adalah muara cinta setiap orang. Membayarkan zakat pada BAZNAS dapat membahagiakan muzaki dan mustahik.

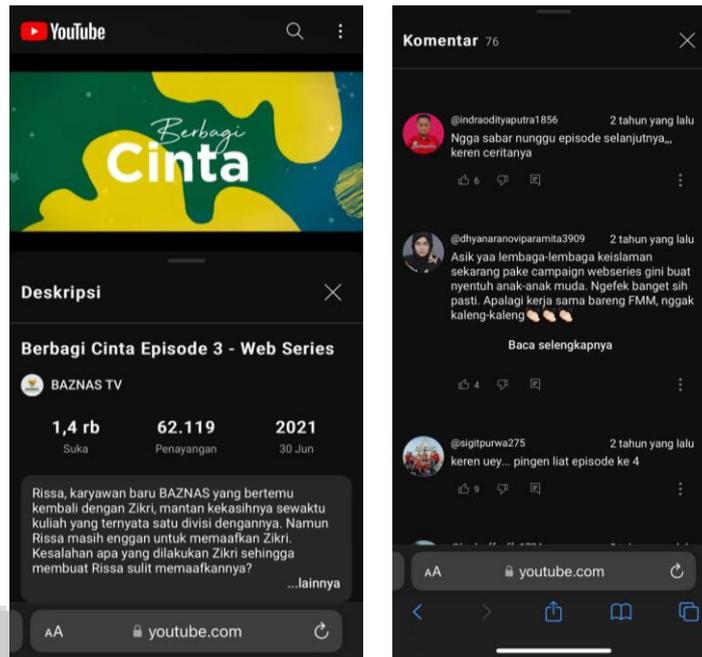
b) Komentar ter-Banyak



Gambar 4. 14 Video Komentar Terbanyak Pertama



Gambar 4. 15 Video Komentar Terbanyak Kedua

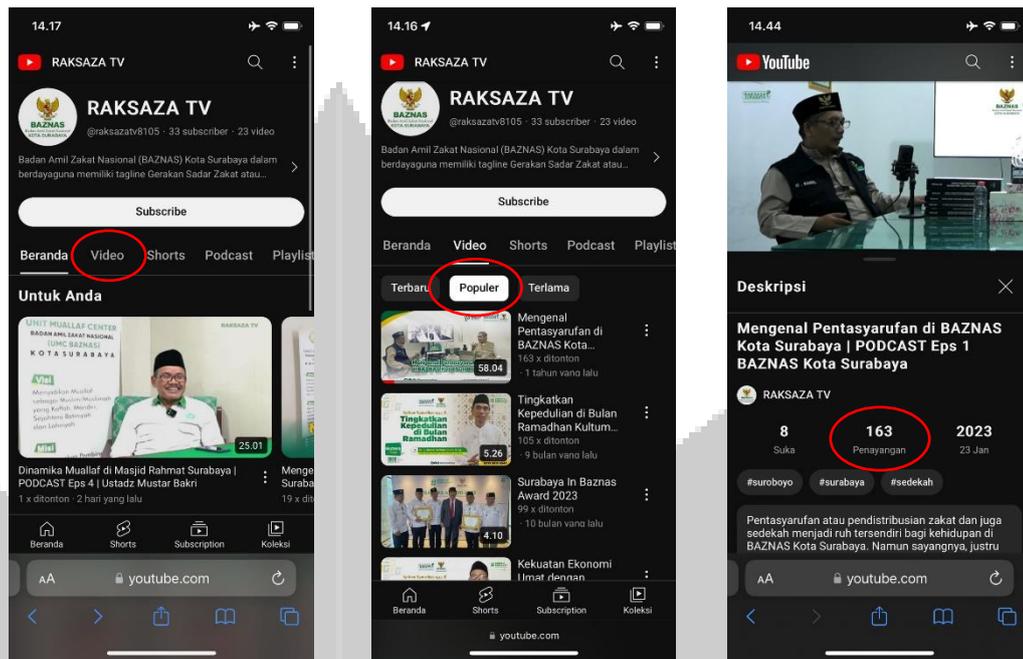


Gambar 4. 16 Video Komentar Terbanyak Ketiga

Pada gambar 4.14, 4.15 dan 4.16 di atas merupakan video yang memiliki komentar banyak pada akun *Youtube* Baznas Tv. Video tersebut membagikan series “Berbagi Cinta” yang di buat oleh BAZNAS dengan maksud menyebarkan informasi tentang zakat tidak hanya melalui foto dan video yang kurang menarik, tetapi dapat menjadi inovasi yang baru dan tidak monoton bagi penikmatnya. Banyak dari masyarakat muslim yang menonton dan mengikuti series tersebut, sehingga BAZNAS mendapat *feedback* yang baik dari komentar warganet yang secara tidak langsung suka akan video series serta menantikan video kelanjutannya.

2. RAKSAZA TV

a) Video Ter-Popular



Gambar 4. 17 Video Populer Pertama

Gambar 4.17 di atas merupakan Video populer di atas memiliki judul “*Mengenal Pentasyarufan di BAZNAS kota Surabaya*” Video tersebut merupakan video podcast, video di atas dengan 163 penayangan menjelaskan bagaimana Pentasyarufan atau pendistribusian zakat dan juga sedekah menjadi ruh tersendiri bagi kehidupan di BAZNAS Kota Surabaya. Namun sayangnya, justru banyak warga yang tidak mengetahui bagaimana alur pentasyarufan ataupun alur pengajuan bantuan di BAZNAS Kota Surabaya Podcast kali ini membahas tentang pentasyarufan tersebut yang dibahas bersama KH Mas Kamil Thobroni selaku Wakil Ketua II (Bidang Pentasyarufan) BAZNAS Kota Surabaya.



Gambar 4. 18 Video Populer Kedua

Pada gambar 4.18 di atas merupakan video populer *kedua* dari akun Raksaza Tv dengan judul “*Tingkatkan Kepedulian di Bulan Ramadhan Kultum Ramadhan 1444 H BAZNAS Kota Surabaya*”. Ketua BAZNAS Surabaya menceritakan sebuah kisah pada zaman khalifah Umar Bin Khattab, yang dimana terdapat sahabat Umar membantu seorang pemuda yang terlilit hutang dan tidak mungkin untuk membayar hutang tersebut. Umar berkata “siapa yang membantu meringankan beban saudara maka akan dibantu beban urusannya akan dimudahkan diakhirat”. Oleh sebab itu dari video tersebut dapat disimpulkan, umat Islam harus selalu meningkatkan kepedulian sesama umat Islam.

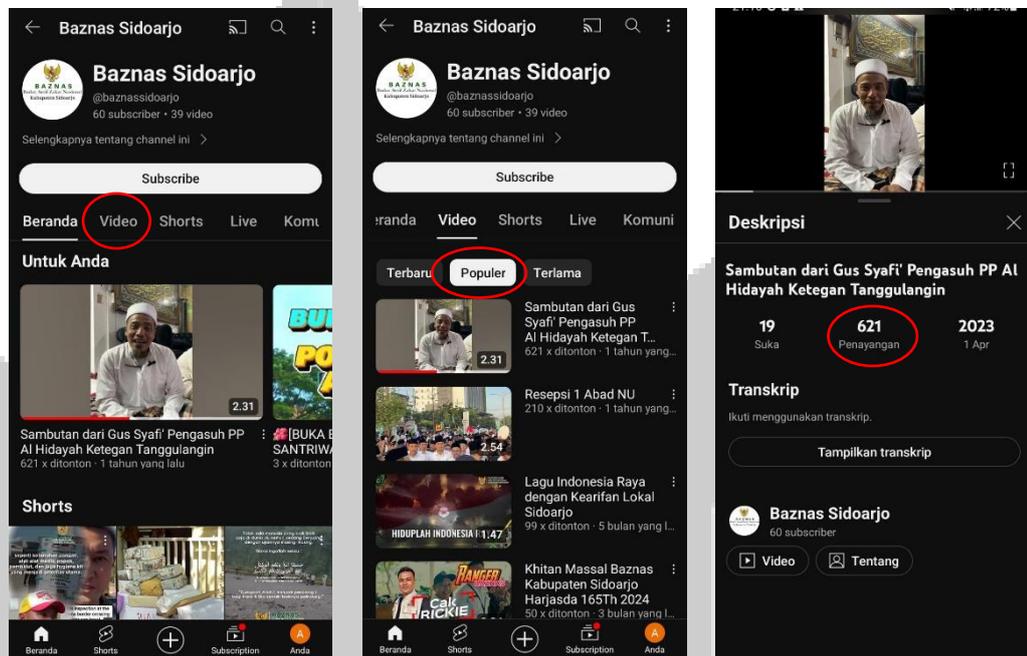


Gambar 4. 19 Video Populer Ketiga

Pada gambar 4.19 di atas merupakan video populer ketiga dari akun Youtube Raksaza Tv dengan judul “Surabaya in BAZNAS Award 2023”. Video tersebut mengabadikan acara yang diselenggarakan oleh BAZNAS. Kota Surabaya mendapatkan 2 award pada acara BAZNAS award 2023, salah satunya yaitu sebagai pemilik program pendidikan terbaik.

3. BAZNAS SIDOARJO

a) Video Ter-Popular



Gambar 4. 20 Video Populer Pertama

Pada gambar 4.20 di atas merupakan video populer pada akun Youtube BAZNAS Sidoarjo dengan judul “*Sambutan dari Gus Syafi’i Pengasuh PP Al-Hidayah Ketegan Tanggulangin*”. Video tersebut kinerja dari BAZNAS Kota Sidoarjo yang melakukan kegiatan disetiap program sudah sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW.

4.2.3 informan Yang Memahami Media Sosial Sebagai Media Promosi

Untuk mengetahui bagaimana pendapat pakar di bidang Ekonomi dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa informan.

1. Media sosial yang digunakan BAZNAS sebagai media promosi

Untuk mengetahui bagaimana pendapat informan yang memahami tentang media sosial yang digunakan BAZNAS sebagai media promosi, dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa informan:

Berikut hasil wawancara dengan saudari PKS selaku informan yang berada di bidang ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media dan menyatakan bahwa:

“Kalau menurut saya dengan adanya media sosial dari baznas dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat umum tentang berbagai kegiatan baznas”.

Dari hasil wawancara dengan saudari PKS selaku informan di Bidang Ekonomi yang memahami promosi pada platform sosial media. Saudari PKS mengatakan bahwa dengan adanya promosi yang dilakukan oleh BAZNAS sangat mempermudah masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan atau informasi yang diunggah oleh BAZNAS.

Berikut hasil wawancara dengan saudari SIR selaku informan serta mahasiswi yang di bidang ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media dan menyatakan bahwa:

“menurut saya hal itu sangat bagus karena di era digital sangat penting untuk menggunakan media sosial terutama sebagai media promosi”.

Hasil wawancara dengan saudari SIR selaku informan serta mahasiswi di bidang Ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media. Saudari SIR mengatakan dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi di era digital sangatlah membantu, sehingga penting bagi BAZNAS menggunakan memanfaatkan dengan baik platform media sosial sebagai media promosi.

Berikut hasil wawancara dengan saudari RS selaku informan serta mahasiswa Ekonomi Syariah yang memahami Promosi pada platform sosial media dan menyatakan bahwa:

“Menurut saya sangat baik, karena dengan adanya media sosial terutama baznas, orang awam seperti saya banyak mengetahui informasi seperti zakat, infaq, dan sebagainya.”

Hasil wawancara dengan saudari RS sebagai mahasiswa Ekonomi Syariah serta pengguna media sosial, mengatakan bahwa saudari RS mendapatkan informasi yang sangat dibutuhkan yang diposting oleh BAZNAS. Informasi yang didapatkan tidak hanya seputar zakat, tetapi sedekah dan infaq juga. Saudari RS juga mengatakan Informasi dari postingan BAZNAS tidak sekedar mengingatkan untuk berzakat, tetapi juga menginformasikan bagaimana cara membayar zakat secara online.

2. Manfaat pada unggahan konten BAZNAS mengenai zakat di dunia maya

Untuk mengetahui manfaat masyarakat ekonomi pada unggahan konten BAZNAS terkait postingan zakat, dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa masyarakat:

Berikut hasil wawancara dengan saudari PKS selaku informan yang berada di bidang ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media dan menyatakan bahwa:

“Ya tentu ada sih, kita menjadi tau zakat bisa dilakukan dengan mudah melalui baznas yang menurut saya sudah sesuai dengan syariat Islam. Apalagi saya generasi milenial yang sukanya buka Instagram jadi sangat bermanfaat”.

Dari hasil wawancara dengan saudari PKS selaku informan di Bidang Ekonomi yang memahami promosi pada platform sosial media. Saudari PKS

mengatakan sangat bermanfaat bagi generasi milenial seperti saudari PKS yang sering menggunakan media sosial sehingga membantu saudari PKS untuk dapat melihat konten yang diunggah oleh BAZNAS.

Berikut hasil wawancara dengan saudari SIR selaku informan serta mahasiswi yang di bidang ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media dan menyatakan bahwa:

“Menurut saya ya ada, Manfaat unggahan konten dari baznas jadi ada buktinya dan juga transparansi saat mengelola dan menyalurkan dana zakat yang dilakukan oleh baznas. Jadi kita tau dana yang kita berikan untuk zakat itu disalurkan ke mana aja”.

Hasil wawancara dengan saudari SIR selaku informan serta mahasiswi di bidang Ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media. Saudari SIR menyatakan bahwa konten yang diunggah oleh BAZNAS tidak hanya mengunggah tentang promosi zakat saja melainkan terdapat beberapa konten yang mendokumentasi proses penyaluran dan pendistribusian dana zakat yang dilakukan BAZNAS.

Berikut hasil wawancara dengan saudari RS selaku informan yang berada di bidang ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media dan menyatakan bahwa:

“Menurut saya si ada, jadi dengan konten yang upload sama BAZNAS itu membuat kepercayaan kita sebagai masyarakat Islam terhadap baznas akan meningkat, karena ya itu menurut saya BAZNAS sudah luas jangkauannya sampai ke pelosok gitu pendistribusiannya”.

Hasil wawancara dengan saudari RS sebagai mahasiswi Ekonomi Syariah serta pengguna media sosial, mengatakan bahwa saudari RS mendapatkan manfaat dari unggahan konten BAZNAS. Saudari RS juga mengatakan BAZNAS sudah terpercaya di masyarakat Indonesia khususnya umat Islam,

karena secara pengelolaan dan pendistribusian sudah sampai ke pelosok negeri. Jadi semua warga yang kurang mampu mendapatkan hak nya.

3. konten yang diunggah BAZNAS sudah termasuk efisien dan meliterasi dalam mempromosikan zakat.

Untuk mengetahui apakah sudah efisien dan meliterasi masyarakat dalam mempromosikan zakat, dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa masyarakat:

Berikut hasil wawancara dengan saudari PKS selaku informan yang berada di bidang ekonomi yang memahami Promosi pada paltform sosial media dan menyatakan bahwa:

“Menurut saya ya.. Sangat efisien, karena semakin seringnya baznas mengunggah konten tentang zakat semakin banyak juga orang yang tertarik untuk berzakat melalui BAZNAS”.

Dari hasil wawancara dengan saudari PKS selaku informan di Bidang Ekonomi yang memahami promosi pada paltform sosial media. Saudari PKS mengatakan postingan yang diunggah oleh BAZNAS sudah termasuk efisien dan juga dapat meliterasi banyak orang. Saudari PKS juga menyatakan semakin banyak konten yang diunggah tentang zakat, maka semakin banyak juga orang yang akan tertarik membayarkan zakatnya pada BAZNAS.

Berikut hasil wawancara dengan saudari SIR selaku informan serta mahasiswi yang di bidang ekonomi yang memahami Promosi pada paltform sosial media dan menyatakan bahwa:

“Menurut saya sudah cukup efisien dan juga mudah di mengerti karena dengan adanya konten tentang zakat melalui dunia maya seperti Instagram & Youtube dapat mengoptimalkan pengumpulan zakat di Indonesia menjadi meningkat”.

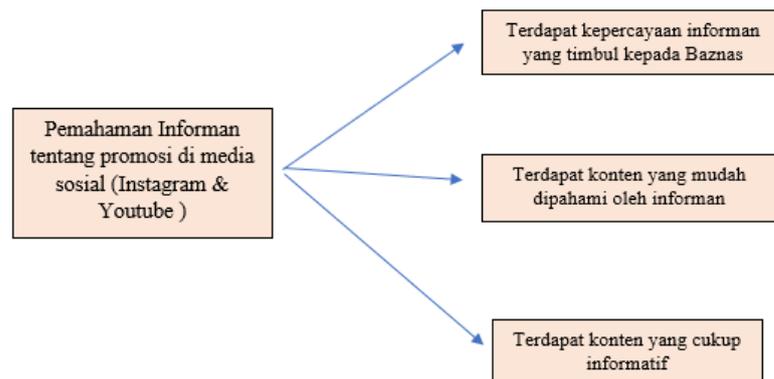
Hasil wawancara dengan saudari SIR selaku informan serta mahasiswi di bidang Ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media. Saudari SIR menyatakan bahwa sudah cukup efisien dan mudah dipahami oleh umat Islam pengguna media sosial. Saudari SIR juga mengatakan postingan tersebut dapat membantu mengoptimalkan pengumpulan zakat yang ada di Indonesia meningkat.

Berikut hasil wawancara dengan saudari RS selaku informan yang berada di bidang ekonomi yang memahami Promosi pada platform sosial media dan menyatakan bahwa:

“Menurut saya sudah sangat efisien, karena baznas juga memberikan banyak informasi dan kemudahan bagi masyarakat melalui zakat secara online di Baznas”.

Hasil wawancara dengan saudari RS sebagai mahasiswi Ekonomi Syariah serta pengguna media sosial, mengatakan bahwa saudari RS mengatakan sudah sangat efisien dan mudah dipahami oleh masyarakat Indonesia. Postingan BAZNAS juga sudah memberikan banyak informasi sehingga memudahkan bagi masyarakat Indonesia berzakat secara online di BAZNAS.

Dari hasil wawancara terdapat beberapa pemahaman informan tentang media promosi pada media sosial dapat dijelaskan di bawah ini:



Gambar 4. 21 Hasil Wawancara

Berdasarkan gambar di atas, yang diperoleh dari hasil wawancara bahwa sebagian informan yang timbul rasa percaya dengan mengetahui konten BAZNAS saat menyalurkan serta mendistribusikan dana zakat pada pihak yang membutuhkan hingga ke pelosok negeri. Konten yang diunggah BAZNAS di media sosial juga mudah dipahami dan mudah di mengerti oleh informan. Selain itu konten tersebut juga membuat informan merasa mendapatkan informasi yang kurang diketahui.

4.2.4 Pakar Ekonomi Terhadap BAZNAS yang Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Media Promosi

Untuk mengetahui bagaimana pendapat pakar ekonomi tentang media sosial yang digunakan BAZNAS sebagai media promosi, dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa masyarakat:

1. Promosi dana zakat pada *Instagram dan Youtube* BAZNAS

Untuk mengetahui bagaimana pendapat pakar ekonomi pada unggahan konten BAZNAS yang menggunakan media sosial sebagai media promosi dana

zakat, dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa pakar Ekonomi:

Berikut hasil wawancara dengan saudara NAS selaku informan serta Dosen Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Kalo di Instagram ya saya sering lihat lewat soalnya saya nge follow Instagram nya BAZNAS, tapi kalau Youtube saya jarang lihat. Kalau di Youtube biasanya saya mengambil beberapa konten dari BAZNAS untuk menampilkan saat saya mengajar saja”.

Hasil wawancara dari saudara NAS selaku Dosen Ekonomi Syariah, menyatakan bahwa beliau sering melihat sekilas dari postingan yang diunggah oleh BAZNAS di Instagram. Jika di Youtube beliau mengambil beberapa video yang diposting untuk menampilkan pada saat beliau mengajar.

Berikut hasil wawancara dengan saudari BR selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Saya sih sudah tahu, saya pernah melihat BAZNAS melakukan promosi tentang zakat”

Hasil wawancara dari Saudari BR selaku mahasiswi Ekonomi Syariah menyatakan bahwa saudari BR sudah sekilas pernah melihat konten promosi zakat yang diunggah oleh BAZNAS di Instagram.

Berikut hasil wawancara dengan saudari MIN selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Saya tidak pernah tau kalau BAZNAS mempromosikan dana zakat di Instagram & Youtube”.

Hasil wawancara dari Saudari MIN selaku mahasiswa Ekonomi Syariah menyatakan bahwa saudari MIN tidak mengetahui jika BAZNAS memanfaatkan media sosial Instagram & Youtube sebagai media promosi dana zakat.

Berikut hasil wawancara dengan saudari RD selaku informan dan Mahasiswa Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Iya saya tahu kalau ada promosi dana zakat di Instagram & Youtube BAZNAS”

Hasil wawancara dari Saudari RD selaku mahasiswa Ekonomi Syariah menyatakan bahwa beliau mengetahui jika BAZNAS melakukan promosi dana zakat pada laman *Instagram & Youtube*.

Berikut hasil wawancara dengan saudara D selaku informan serta Praktisi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Saya belum tahu”

hasil wawancara dengan saudara D selaku Praktisi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa beliau belum sepenuhnya mengetahui jika BAZNAS melakukan promosi untuk penggalangan dana zakat di media sosial.

Berikut hasil wawancara dengan saudari DA selaku informan dan Mahasiswa Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa

“Menurut saya, Promosi dana yang dilakukan BAZNAS melalui Instagram dan Youtube seperti mengiklankan ya programnya BAZNAS untuk diketahui oleh para netizen”

hasil wawancara dengan saudari DA selaku Mahasiswa Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa saudari DA mengetahui promosi dana zakat yang dilakukan BAZNAS, karena memang promosi tersebut dilakukan untuk

mengiklankan dan untuk para warganet atau netizen mengetahui akan promosi tersebut.

2. konten promosi zakat pada *Instagram dan Youtube* BAZNAS

Untuk mengetahui informan mahasiswa/pakar ekonomi, apakah sudah pernah melihat konten tersebut dan bagaimana pendapat pada unggahan konten BAZNAS yang menggunakan media sosial sebagai media promosi dana zakat, dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa mahasiswa/pakar Ekonomi:

Berikut hasil wawancara dengan saudara NAS selaku informan serta Dosen Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Menurut saya sangat membantu masyarakat, soalnya membayar zakat kan tidak harus datang ke tempat, tetapi bisa membayar secara online. Lalu di aplikasi Mobile Banking juga sudah terdapat program untuk membayar zakat. Jadi lebih memudahkan masyarakat apalagi yang mempunyai Mobile Banking yang syariah”.

Hasil wawancara dari saudara NAS selaku Dosen Ekonomi Syariah, menyatakan bahwa beliau dan masyarakat khususnya Umat Islam sangat terbantu terhadap postingan tersebut. Selain itu terdapat aplikasi *Mobile Banking* yang memberikan fitur untuk membayarkan zakatnya secara online tidak perlu datang secara langsung.

Berikut hasil wawancara dengan saudara BR selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Saya pernah tau, cuman saya tidak sering melihatnya. Menurut pendapat saya konten yang diunggah bagus dan sangat bermanfaat, jadi kita mendapatkan informasi seperti apa BAZNAS itu”.

Hasil wawancara dari Saudari BR selaku mahasiswi Ekonomi Syariah menyatakan bahwa saudari BR tidak sering melihat tetapi pernah melihat.

Konten yang diunggah sudah cukup bagus menurut saudari BR, dan juga sangat bermanfaat serta informatif.

Berikut hasil wawancara dengan saudari MIN selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Saya pernah melihat konten di Instagram aja, menurut saya sih lumayan menarik tapi masih kurang untuk menggait donatur”.

Hasil wawancara dari Saudari MIN selaku mahasiswi Ekonomi Syariah menyatakan bahwa jika melihat konten yang diunggah BAZNAS pernah melihat, dan menurut saudari MIN konten tersebut menarik tetapi belum sepenuhnya bisa menarik donatur untuk memberikan dana zakatnya kepada BAZNAS.

Berikut hasil wawancara dengan saudari RD selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Pernah, terkait dengan konten zakat yang telah diunggah pada Instagram & Youtube Baznas menurut saya tidak menjadi masalah, justru dengan konten tersebut masyarakat bisa terbantu dengan mudah mengetahui adanya zakat dan masyarakat bisa mudah untuk berzakat tanpa harus ke lokasi langsung”

Hasil wawancara dari Saudari RD selaku mahasiswi Ekonomi Syariah menyatakan bahwa konten yang diunggah BAZNAS bukan menjadi masalah dan dapat membantu masyarakat agar lebih mudah jika membayar zakat sudah bisa secara online, tidak perlu datang ke lokasi secara langsung.

Berikut hasil wawancara dengan saudara D selaku informan serta Praktisi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Sudah seharusnya BAZNAS sebagai nadzir memiliki kewajiban, karena dalam Islam kita mengajak kepada kebaikan. Jadi mungkin itu yang dijadikan pedoman bagi BAZNAS untuk mewartakan sebanyak mungkin pentingnya zakat, menginfokan sebanyak mungkin pada khalayak umum, dan harus segera menunaikan zakat. Tujuan sebenarnya yang dilakukan bukan untuk keuntungan

BAZNAS, tetapi saudara-saudara muslim yang seharusnya menunaikan kewajibannya mungkin lupa dengan kewajibannya”. Menurut saya yang dilakukan BAZNAS ini sangat positif”.

Hasil wawancara dengan saudara D selaku Praktisi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa BAZNAS sebagai nadzir sudah seharusnya memiliki kewajiban kepada khalayak muslim untuk mengajak pada kebaikan. BAZNAS memiliki pedoman untuk mewartakan sebanyak-banyaknya pentingnya zakat, memberikan informasi, dan menyegerakan menunaikan zakat dengan tujuan bukan untuk kepentingan BAZNAS, tetapi mengingatkan pada umat muslim menunaikan kewajibannya.

Berikut hasil wawancara dengan saudari DA selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa

“Saya pernah melihat sekilas konten yang diunggah pada Instagram BAZNAS, menurut saya hal tersebut sangat bermanfaat bagi kami para muzakki yang dimana kami jadi mengetahui langkah-langkah apa saja yang harus kami lakukan untuk melakukan zakat online seperti itu”.

hasil wawancara dengan saudari DA selaku Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa sangat bermanfaat konten yang diunggah BAZNAS pada laman media sosial seperti Instagram dan Youtube. Serta para muzakki mendapatkan bagaimana cara atau langkah-langkah yang harus dilakukan agar bisa dapat membayar zakat secara online pada BAZNAS.

3. Konten BAZNAS sudah sesuai dengan syariat Islam

Untuk mengetahui bagaimana pendapat mahasiswa/pakar ekonomi pada unggahan konten BAZNAS yang menggunakan media sosial sebagai media promosi dana zakat sudah sesuai dengan syariat Islam, dapat dilihat dari

wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa mahasiswa/pakar Ekonomi:

Berikut hasil wawancara dengan saudara NAS selaku informan serta Dosen Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Kalau di bilang sesuai syariat islam sudah pasti sesuai, bisa dilihat dari kata-kata yang digunakan sesuai dengan kenyataan dan tidak di lebih-lebih kan. Mungkin yang tidak syariat nya bisa saja saat menyalurkannya karena oknum yang melakukan seperti itu”.

Hasil wawancara dari saudara NAS selaku Dosen Ekonomi Syariah, menyatakan bahwa sudah sesuai dengan syariat karena kata-kata yang digunakan tidak dilebih-lebihkan dan sesuai dengan kenyataan, sehingga nantinya akan menimbulkan pro dan kontra jika tidak sesuai dan melebih-lebihkan kata-kata yang digunakan. Terkadang terdapat beberapa oknum yang mungkin saat penyaluran dan pendistribusian dana zakat yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

Berikut hasil wawancara dengan saudara BR selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Menurut saya, kalau promosi-promosi gini apalagi mengenai zakat sudah pasti sesuai dengan syariat Islam”

Hasil wawancara dari Saudari BR selaku mahasiswi Ekonomi Syariah menyatakan bahwa konten yang diunggah oleh BAZNAS sudah pasti sesuai dengan syariat Islam.

Berikut hasil wawancara dengan saudara MIN selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Sudah sesuai”

Hasil wawancara dari Saudari MIN selaku mahasiswi Ekonomi Syariah menyatakan bahwa konten yang diunggah oleh BAZNAS sudah sesuai dengan syariat Islam.

Berikut hasil wawancara dengan saudari RD selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa:

“Penggalangan dana zakat di dunia maya yang dilakukan oleh Baznas sudah sesuai dengan syariat Islam karena semakin kita sering berbagi rezeki maka niscaya kita sudah sama dengan menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta yang dimiliki. Dengan adanya promosi zakat melalui medsos masyarakat bisa terbantu dengan mudah untuk menyalurkan zakatnya tanpa harus lnsung ketempatnya”

Hasil wawancara dari Saudari RD selaku mahasiswi Ekonomi Syariah menyatakan bahwa penggalangan dana zakat dan promosi yang dilakukan BAZNAS di instagram & Youtube sudah sesuai dengan syariat Islam, karena dengan berbagi niscaya sama dengan menjaga agama, jiwa, akal, keturunan dan harta yang dimiliki. Promosi yang dilakukan melalui media sosial memiliki manfaat, masyarakat terbantu dengan mudah untuk bisa menyalurkan zakatnya secara online.

Berikut hasil wawancara dengan saudari DA selaku informan dan Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa

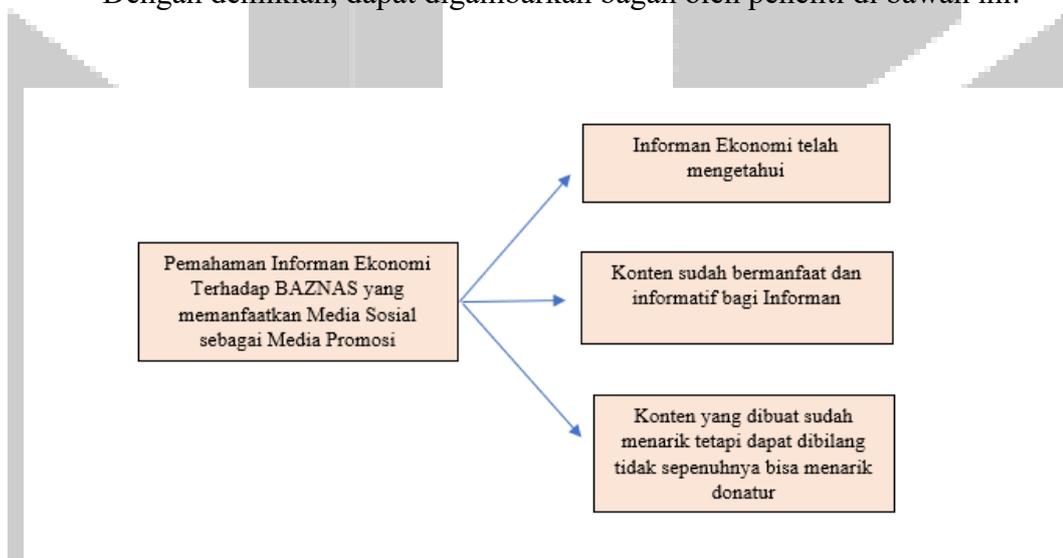
“Sudah sesuai dengan syariat islam, dimana mereka memberikan bukti dan juga transparansi dikemanakan uang yang kita berikan untuk di zakatkan. Dan akad nya pun sudah dengan syariat Islam”.

hasil wawancara dengan saudari DA selaku Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa sudah sesuai dengan syariat islam dan tentunya BAZNAS juga memberikan tranparansi data kepada para muzakki agar

mendapatkan kepercayaan. Dan akad yang digunakan pun sudah sesuai dengan syariat Islam.

Dari hasil wawancara terdapat beberapa pemahaman informan terhadap BAZNAS yang menggunakan media sosial sebagai media promosi dapat dijelaskan di bawah ini:

Dengan demikian, dapat digambarkan bagan oleh peneliti di bawah ini:



Gambar 4. 22 Hasil Wawancara

Berdasarkan gambar di atas, yang diperoleh dari hasil wawancara bahwa informan pakar Ekonomi telah mengetahui mengenai promosi yang dilakukan BAZNAS. Konten promosi yang dilakukan BAZNAS menurut informan sudah bermanfaat dan informatif bagi umat Islam. Terdapat informan menyatakan bahwa konten yang diunggah BAZNAS di media sosial kurang sepenuhnya dapat menarik donatur.

4.2.5. Pemahaman pihak BAZNAS Terhadap BAZNAS yang Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Media Promosi

Untuk mengetahui bagaimana pemahaman pihak BAZNAS terkait media sosial yang digunakan BAZNAS sebagai media promosi, dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa informan:

1. Langkah-langkah yang digunakan untuk Promosi dana zakat pada Instagram dan Youtube BAZNAS

Untuk mengetahui bagaimana pendapat bagaimana pemahaman pihak BAZNAS terkait media sosial yang digunakan BAZNAS sebagai media promosi dana zakat, dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa pihak:

Berikut hasil wawancara dengan saudara H selaku kepala pengelola media sosial yang menyatakan bahwa:

“Langkah-langkah khusus si gaada mbak, kita menggunakan metode organik dan media promosi pada umumnya di Instagram. Kalo kita memang tidak selalu mempromosikan dana zakat seperti mengingatkan untuk membayar zakat di Instagram, tetapi konten kita memang kebanyakan membuat reels dan yang ada pada video tersebut kita mengabadikan kegiatan pada saat pendistribusian penyaluran dana zakat dengan berbagai program yang kita lakukan”.

Hasil wawancara dengan saudara H selaku kepala pengelola media sosial yang menyatakan bahwa tidak menggunakan langkah-langkah khusus untuk mempromosikan dana zakat pada media sosial BAZNAS Kota Sidoarjo, melainkan hanya menggunakan program promosi yang ada pada Instagram dan berbayar. Promosi zakat tidak diunggah setiap harinya, karena memang hanya mengunggah kegiatan pendistribusian dan penyaluran dana zakat pada *Reels Instagram*.

2. Strategi BAZNAS Sidoarjo untuk mengenalkan zakat pada masyarakat Kota Sidoarjo

Untuk mengetahui bagaimana pendapat bagaimana strategi pihak BAZNAS terkait mengenalkan media sosial yang digunakan BAZNAS sebagai media promosi dana zakat kepada masyarakat Kota Sidoarjo, dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan beberapa pihak:

Berikut hasil wawancara dengan saudara AH selaku kepala pengelola media sosial yang menyatakan bahwa:

“Jadi untuk strategi kita memang tidak ber strategi, karena tujuan kita membuat media sosial (Instagram) untuk mengunggah kegiatan proses penyaluran dan pendistribusian dana zakat yang sudah dipercayai oleh para muzakki untuk disalurkan secara terbuka. Oleh karena itu kami ingin membuat para masyarakat percaya (trust) kepada kita (BAZNAS Kota Sidoarjo) yang dimana kami selalu menyalurkan dana zakat secara langsung kepada pihak yang membutuhkan”.

hasil wawancara dengan saudara AH selaku kepala pengelola sumberdaya manusia yang menyatakan tidak memiliki strategi khusus untuk mempromosikan, karena tujuan untuk menggunakan media sosial adalah kepercayaan warga Kota Sidoarjo agar mereka percaya kepada BAZNAS Kota Sidoarjo dan membayarkan zakatnya pada BAZNAS Sidoarjo.

4.3 Pembahasan

Definisi media sosial menurut Kotler dan Keller (2012: 568). adalah konsumen saling berbagi berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio, dan dunia usaha, dan sebaliknya. Media sosial membuat masyarakat saat ini membentuk pola perilaku dan merubah beberapa kehidupan manusia. Manfaat yang didapatkan tidak hanya untuk berkomunikasi, dan membagikan kegiatan masyarakat sehari-hari, namun media sosial memberikan manfaat untuk para pedagang yang

memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi. Media sosial membuat para pedagang melakukan interaksi agar lebih dekat dengan konsumen dengan mengetahui kebiasaan konsumen dan membangun kepercayaan pada konsumen (Purbohastuti, 2017).

Peran media sosial pada zaman saat ini dapat di bilang sangat berpengaruh bagi BAZNAS. BAZNAS memanfaatkan media sosial sebagai media promosi untuk mewartakan umat Islam untuk memberikan informasi yang mengahruskan membayarkan zakat, menunaikan hak nya serta menjadi pengingat untuk mengajak kebaikan. Manfaat yang di dapat umat muslim yang menggunakan media sosial, sebagai pengingat untuk umat muslim membayarkan zakatnya, serta perhitungan yang digunakan untuk membayar zakat profesi bagi pengusaha, peternak, dan petani. Dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) meningkatkan kesejahteraan masyarakat Islam yang membutuhkan. Konten yang diunggah BAZNAS pada Instagram & Youtube dapat dibilang dapat kurang menggait donatur, terdapat beberapa konten yang kurang menarik dan tidak menjadikan warganet menyentuh untuk membayarkan dana zakatnya pada BAZNAS. Video dan foto yang diunggah seharusnya memberikan inovasi yang baru terhadap warganet generasi milenial agar dapat memberikan pemahaman dan menarik hatinya belajar dan mencari tau tentang zakat.