

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan dan kemajuan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi modern saat ini telah membuka era baru dalam perkembangan budaya dan peradaban umat manusia, yang dikenal dengan era globalisasi.¹ Dimana pada era ini ditandai dengan munculnya berbagai teknologi digital yang dapat membuat semakin dekatnya jarak hubungan komunikasi antar bangsa dan budaya masyarakat yang berjauhan. Pada era ini juga dunia dibuat seperti menjadi suatu sistem yang tampak sebagai satu kesatuan serta saling memiliki ketergantungan antara satu dengan yang lainnya. Contohnya seperti bangsa dan negara yang sudah maju pun pasti akan memerlukan bantuan bangsa dan negara yang sedang dalam tahap berkembang, begitu pun sebaliknya.

Pesatnya perkembangan teknologi digital saat ini dapat kita lihat dengan munculnya berbagai alat komunikasi yang canggih dan modern, dimana seseorang dapat melakukan apa saja yang ia inginkan melalui alat komunikasi digital yang ia miliki mulai dari berbelanja online, pemesanan makanan online, pembayaran transaksi online, ojek online (ojol) dan semua kegiatan yang berbasis online lainnya, yang dapat diakses tanpa harus terbatas oleh ruang dan waktu. Media baru (Era digital) merupakan istilah yang digunakan dalam munculnya digital, jaringan internet,

¹ Muhaimin, Studi Islam Dalam Ragam Dimensi Dan Pendekatan, (Jakarta: KENCANA, 2017), h. 5.

khususnya teknologi informasi komputer. Media baru sering digunakan untuk menggambarkan teknologi digital.²

Kemudian banyak Lembaga atau instansi yang ikut memanfaatkan era digital tersebut baik untuk pemasaran ataupun peningkatan pendapatan. Dalam hal ini salah satu Lembaga atau instansi yang ikut memanfaatkan perkembangan era digital ini adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Selaku lembaga yang menaungi pengelolaan zakat nasional di Indonesia, Baznas memiliki tugas dan fungsinya sesuai dengan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat yaitu pengumpulan, pendistribusian, pendayagunaan dan pelaporan zakat.

Adapun perintah Allah SWT untuk menunaikan zakat tertuang pada surat al-baqarah (2) ayat ke 110:³

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ
تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

“Dan laksanakanlah salat dan tunaikanlah zakat. Dan segala kebaikan yang kamu kerjakan untuk dirimu, kamu akan mendapatkannya (pahala) di sisi Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.” (surat al-baqarah (2) ayat ke 110)

Kesadaran berzakat dapat dipengaruhi oleh beberapa hal misalnya sikap, motivasi hingga persepsi seseorang mengenai zakat itu sendiri. Selain itu kesadaran berzakat dapat dipengaruhi oleh pengetahuan atau pemahaman seseorang tentang makna zakat itu

² Muhammad Burhanudin, “Efisiensi dan Efektivitas Lembaga Amil Zakat Nasional”, Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 3 No 2, (Juni 2020), Universitas Negeri Surabaya, hal. 453.

sendiri. Semakin mengerti tentang zakat, maka kesadaran menunaikannya pun akan sangat dipengaruhi bagaimana seseorang memandang seberapa penting zakat, dari sanalah orang tersebut akan berperilaku sesuai dengan pola pikir mereka.

Dari pesatnya kemajuan teknologi, maka saat ini BAZNAS sedang gencar-gencarnya menyosialisasikan zakat kepada para Masyarakat melalui media sosial terkhusus melalui media sosial instagram. Karena pada saat-saat ini masalah mengenai potensi Zakat yang ada di Indonesia serta di Banten ini sangatlah besar. BAZNAS mencatat bahwa potensi ZIS di Indonesia di tahun 2022 sekitar Rp327 triliun namun yang berhasil terealisasi hanya sebesar Rp26 triliun. Sementara di Provinsi Banten sendiri potensi ZIS di tahun 2022 mencapai Rp11,03 Triliun sementara ZIS yang terkumpul berjumlah Rp24,06 miliar per 15 Desember 2022 miliar per 15 Desember 2022. Dari data potensi dan pendapatan dana ZIS di tahun 2022 ini, tentu harus ada pengelola dana ZIS yang memiliki kredibilitas serta efisien dalam menghimpun dana ZIS tersebut.³

Dari potensi zakat yang cukup besar ini maka BAZNAS mencoba untuk beralih kepada ruang digital, yang terfokus kepada media sosial Instagram untuk dapat menyosialisasi zakat, dengan Kemajuan perkembangan dunia digital serta adanya internet yang semakin pesat tentu memiliki pengaruh terhadap dunia marketing atau promosi. *Tren* pemasaran dunia bergeser dari tradisional ke digital. Dalam hal mempromosikan produk, pemasaran digital

³ “Potensi Zakat BAZNAS RI”, <https://www.puskasbaznas.com/publication/published/officialnews/1703-potensi-zakat-baznas-ri>.

dianggap lebih efektif dan efisien. Produsen, perantara pasar, dan calon konsumen dapat berinteraksi dengan lebih mudah melalui pemasaran digital, yang biasanya terdiri dari pemasaran yang interaktif dan terintegrasi.. Dalam hal ini jika berbicara pengumpulan zakat maka interaksinya antara Muzaaki dan Amilin.

Media sosial adalah salah satu *platform* pemasaran digital yang paling banyak digunakan. Kebutuhan pengguna menentukan karakteristik media sosial.. Instagram adalah salah satu *platform* yang menghubungkan kita dengan orang-orang di seluruh dunia dan merupakan salah satu *platform* media sosial yang paling banyak dikunjungi dan digunakan. Karena dapat membantu dalam transmisi pesan, gambar, video, suara, dan dokumen, serta dalam melakukan panggilan dan panggilan video, ini juga dianggap sebagai alat yang efektif untuk membantu proses pemasaran.. Instagram merupakan aplikasi yang sangat digemari, berfungsi sebagai alat komunikasi yang tepat untuk Marketing atau Promosi. Selain fitur-fitur Instagram yang cukup lengkap sehingga menjadi daya tarik masyarakat, Instagram juga memiliki jangkauan yang cukup luas, semua orang di penjuru dunia hampir rata-rata memiliki Instagram.

Potensi pemanfaatan digital marketing ini sangat baik untuk BAZNAS Provinsi Banten dalam menyiarkan konten-konten ajakan berzakat yang tentunya di kemas dengan menarik dan informatif, BAZNAS Provinsi Banten memiliki media sosial Instagram yang dibentuk dari tahun 2018 dengan jumlah *Followers* sebanyak 5.026 *Followers* dengan jumlah postingan sebanyak 1.013 postingan.

Serta memiliki *engagement* dan *insight* yang cukup signifikan, seperti yang peneliti sajikan dibawah:

Gambar 1.1



Gambar 1.2



Sumber : <https://instagram.com/baznasbanten>

Dari gambar 1.1 dan 1.2 menunjukkan *Insight* pada Instagram @baznasbanten sebanyak 0,445% untuk total keseluruhan dan total engagement setiap postingannya sebanyak 22% ini artinya Instagram @baznasbanten dengan *followers* dan *engagement* sebesar itu dapat berprogres dan menjadikan sebuah peluang yang akan timbulnya peningkatan kesadaran Masyarakat Provinsi Banten untuk menunaikan ZIS.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks, permasalahan yang telah peneliti paparkan, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana isi konten instagram @baznasbanten?
2. Bagaimana kesadaran *followers* instagram @baznasbanten terhadap ZIS?

3. Bagaimana isi konten instagram @baznasbanten dalam meningkatkan kesadaran *followers* instagram @baznasbanten untuk menunaikan ZIS?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui isi konten dari instagram @baznasbanten.
2. Untuk mengetahui kesadaran *followers* intagram @baznasbanten.
3. Untuk mengetahui isi konten instagram @baznasbanten dalam meningkatkan kesadaran followers instagram @baznasbanten untuk menunaikan ZIS.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dalam penelitian, peneliti harapan bisa menjadi sumber referensi dalam bidang ilmu pengetahuan dan penelitian, khususnya pada penelitian Pengaruh Konten Media Sosial Instagram terhadap peningkatan kesadaran terhadap Masyarakat untuk menunaikan ZIS.
- b. Dalam penelitian juga diharapkan untuk dapat digunakan sebagai acuan pada bahan-bahan informasi ilmiah dalam penelitian yang sama atau sejenis.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian, peneliti harapan dapat meningkatkan informasi serta menjadi sumbangan pemikiran

bagi khalayak dan pihak terkait lainnya mengenai Pengaruh Konten Media Sosial Instagram terhadap meningkatnya kesadaran Masyarakat untuk menunaikan ZIS.

E. Penelitian terdahulu yang relevan

Penelitian mengenai pengaruh konten media sosial Instagram terhadap peningkatan kesadaran masyarakat untuk menunaikan ZIS bukan hanya pertama kali, maka dari itu untuk menghindari kesamaan dalam penelitian, peneliti sampaikan beberapa penelitian terdahulu yang menurut peneliti relevan untuk dijadikan sebagai sumber referensi, yaitu sebagai berikut :

1. Sahrul (2021), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Mahasiswa Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Institut Agama Islam Negeri Parepare, dengan judul “Upaya Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Mal (Studi Kasus BAZNAS Kota Parepare), peneliti ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu kesadaran Masyarakat untuk menunaikan Zakat Mal di kota Parepare masih cukup rendah yang diakibatkan kurangnya pengetahuan mengenai cara menunaikan Zakat Mal, maka dari itu BAZNAS Kota Parepare mencoba menerapkan strategi melalui Media Sosial untuk menarik perhatian Masyarakat dalam menunaikan Zakat Mal di era modern saat ini. Yang menjadi persamaan dengan penelitian ini adalah terfokus kepada cara untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat dalam menunaikan ZIS melalui media sosial Instagram. Perbedaan dalam penelitian ini

adalah terletak pada objeknya, jika penelitian skripsi dari Sahrul hanya terfokus kepada zakat mal saja, tetapi dalam penelitian ini terfokus kepada Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Selain itu yang menjadi perbedaan yang lainnya adalah pada metode penelitiannya, jika skripsi dari Sahrul memakai metode penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian ini memakai metode penelitian deskriptif kuantitatif.⁴

2. Ach. Fawaid (2020), Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Mahasiswa Program Studi Sosiologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial PW NU Care-LAZISNU DIY dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat, Infak, dan Sedekah Masyarakat”, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu menyatakan bahwa konten media sosial PW NU CARE-LAZISNU DIY mampu meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berzakat, infak, dan sedekah (ZIS). Meningkatnya pendapatan lembaga dan donatur (individu yang berdonasi uang, barang, atau jasa) merupakan salah satu indikasi bahwa masyarakat semakin sadar akan ZIS. Namun, karena PW NU CARE-LAZISNU DIY hanya berfokus pada media sosial Instagram, peningkatannya tidak terlalu signifikan. Yang menjadi Persamaan dari penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat dalam menunaikan ZIS. Sedangkan perbedaan

⁴ Sahrul, “Upaya Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Zakat Mal (Studi Kasus BAZNAS Kota Parepare)”, Skripsi, 2021.

dalam penelitian ini adalah terletak kepada metode penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sedang dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, selain itu juga untuk skripsi dari Ach. Fawaid ini membahas seluruh media sosial milik PW NU CARE-LAZISNU sedangkan pada penelitian ini terfokus kepada media sosial Instagram.⁵

3. Azelia Deskasari (2021), Mahasiswa Profram Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dengan judul “Pengaruh Iklan Zakat di Media Sosial, Tingkat Pendapatan dan Image Terhadap Kepercayaan Masyarakat Membayar,,Zakat,,di,,LAZNAS,,BAIT,,AL-MALHIDAYATULLAH Kota Jambi”, Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif, adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh iklan zakat di media sosial, tingkat pendapatan, dan kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat di LAZNAS Bait Al-Mal Hidayatullah Kota Jambi secara individu maupun bersamaan. Yang menjadi persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dibuat adalah adanya pengaruh Iklan Zakat di Media Sosial, Tingkat Pendapatan dan Image Terhadap Kepercayaan Masyarakat Membayar Zakat. Untuk perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang sedang diteliti adalah untuk penelitian dari Adelia membahas konten medianya secara

⁵ Ach. Fawaid, “Pemanfaatan Media Sosial PW NU Care-LAZISNU DIY dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat, Infak, dan Sedekah Masyarakat”, Skripsi 2020.

umum tidak terfokus kepada satu kanal media sosial, tetapi untuk penelitian yang sedang diteliti ini lebih terfokus kepada satu kanal yaitu kanal Instagram.⁶

F. Sistematika Pembahasan

BAB I : Pada Bab ini berisi mengenai **Pendahuluan** yang meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, serta Sistematika Pembahasan.

BAB II : Pada Bab ini berisi mengenai **Kajian Pustaka Dan Landasan Teori** yang meliputi Konten Instagram, Pengikut atau followers, Peningkatan kesadaran, Sikap, dan mengenai ZIS. **LANDASAN TEORI** yang membahas mengenai Teori jarum suntik hipodermik.

BAB III : Pada Bab Ini berisi mengenai **Metodologi Penelitian** meliputi Jenis Lokasi dan waktu penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Definisi Operasional, dan Analisis Data.

BAB IV : Pada Bab ini berisi mengenai **Analisis Data Dan Pembahasan** yang meliputi Gambaran Umum Media Sosial *Instagram @baznasbanten*, Analisis Data dan Pembahasan Hasil Penelitian.

BAB V : Pada Bab ini berisi mengenai **Penutup** yang meliputi Kesimpulan Penelitian dan Saran.

⁶ Azelia Deskasari, "Pengaruh Iklan Zakat di Media Sosial, Tingkat Pendapatan dan Image Terhadap Kepercayaan Masyarakat Membayar Zakat di LAZNAS BAIT AL-MAL HIDAYATULLAH Kota Jambi", Tesis 2021.