

**PENGARUH PRINSIP DESAIN, TEKNIK FOTOGRAFI, DAN TEKNIK
VIDEOGRAFI TERHADAP MINAT BERZAKAT MASYARAKAT DI
BAZNAS KABUPATEN KARANGANYAR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Syari'ah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said (UIN) Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

ISNAINI ROSYIDAH

NIM: 18.21.4.1.060

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN FILANTROPI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID (UIN) SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

**PENGARUH PRINSIP DESAIN, TEKNIK FOTOGRAFI, DAN TEKNIK
VIDEOGRAFI TERHADAP MINAT BERZAKAT MASYARAKAT DI
BAZNAS KABUPATEN KARANGANYAR**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Manajemen Zakat dan Wakaf

Disusun Oleh:

ISNAINI ROSYIDAH

NIM. 18.21.4.1.060

Surakarta, 28 Oktober 2022

Disetujui dan disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Betty Eliya Rokhmah, S.E., M.Sc.

NIP. 19830217 201810 2014

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamualaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ISNAINI ROSYIDAH
NIM : 18.21.4.1.060
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“PENGARUH PRINSIP DESAIN, TEKNIK FOTOGRAFI, DAN TEKNIK VIDEOGRAFI TERHADAP MINAT BERZAKAT MASYARAKAT DI BAZNAS KABUPATEN KARANGANYAR “**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya.

Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 28 Oktober 2022



Isnaini Rosyidah

NIM. 18.21.4.1.060

Betty Eliya Rokhmah, S.E., M.Sc.

Dosen Fakultas Syariah

UIN Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Isnaini Rosyidah

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri (UIN)

Raden Mas Said

Di Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah membaca, menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Isnaini Rosyidah, NIM : 18.21.41.060 yang berjudul:

PENGARUH PRINSIP DESAIN, TEKNIK FOTOGRAFI, DAN TEKNIK VIDEOGRAFI TERHADAP MINAT BERZAKAT MASYARAKAT DI BAZNAS KABUPATEN KARANGANYAR

Sudah dapat dimunaqasyahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Manajemen Zakat dan Wakaf

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasyahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 27 Oktober 2022

Dosen Pembimbing



Betty Eliya Rokhmah, S.E., M.Sc

NIP. 19830217 201810 2014

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH PRINSIP DESAIN, TEKNIK FOTOGRAFI, DAN TEKNIK
VIDEOGRAFI TERHADAP MINAT BERZAKAT MASYARAKAT DI
BAZNAS KABUPATEN KARANGANYAR

Disusun Oleh:

ISNAINI ROSYIDAH
NIM. 18.21.4.1.060

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
Pada hari Rabu, tanggal 23 November 2022/28 Jumadil Ula 1444 H

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi dalam bidang Manajemen Zakat dan Wakaf

Penguji I



Mansur Efendi, S.H.I., M.Si.
NIP. 19800126 201411 1 003

Penguji II



Bayu Sindhu Raharja, SE., M.Sc
NIP. 19880810 201903 1 014

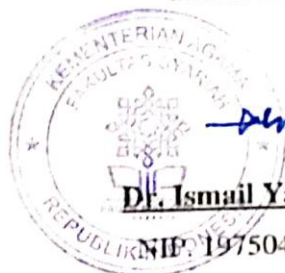
Penguji III



Diana Zuhroh, S.Ag., M.Ag
NIP. 19740725 200801 2 008

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syariah



Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A.
NIP. 19750409 199903 1 001

MOTTO

إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسْجِدَ اللَّهِ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ
أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ

“Sesungguhnya yang memakmurkan masjid Allah hanyalah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, serta (tetap) melaksanakan salat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada apa pun) kecuali kepada Allah. Maka mudah-mudahan mereka termasuk orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS At Taubah Ayat 18)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah Swt atas segala karunia, kasih sayang dan nikmat-Nya yang tiada terhingga, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Kupersembahkan karya tulis skripsi ini untuk orang-orang yang selalu ada dan setia menemani dalam suka maupun duka selama penyusunan karya tulis ini khususnya kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Sutarman, dan Ibu Sukarsi yang telah membimbing, mengarahkan dan memberiku bekal hidup.
2. Kakak Farida Fatkhiyah dan suaminya Nurul Hamzah semoga kasih sayang Allah SWT selalu bersama kita.
3. Saudaraku semua dan seluruh keluarga besarku yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas do'a restunya semoga diridhoi Allah SWT.
4. Ibu Betty Eliya Rohkmah, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik dan sabar.
5. Dosen-dosen saya di UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah mengajari dan membimbing saya.
6. Teman-teman MAZAWA B 2018 yang selalu memberikan motivasi dengan sepenuh hati.
7. Teman-teman YOULEAD, FORMAISKA, INSPIRASI, UKMI, KAMMI AL MUKARRAMAH, KELUARGA SALMAN ITB.
8. Almamaterku yang telah memberiku tempat dan kesempatan untuk belajar dan mengetahui banyak ilmu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapat ridha dan pahala dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang dipakai dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Surakarta didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah:

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian yang lain dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	Ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)

ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	...’...	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...’...	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
(ـَ)	Fathah	A	A
(ـِ)	Kasrah	I	I
(ـُ)	Dammah	U	U

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كتب	Kataba
2.	ذكر	Zukira
3.	يذهب	Yazhabu

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ.....ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أ.....و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كيف	Kaifa
2.	حول	Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...ي	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
أ...ي	Kasrah dan ya	Ī	i dangaris di atas
أ...و	Dammah dan wau	Ū	u dangaris di atas

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	قال	Qāla
2.	قيل	Qīla
3.	يقول	Yaqūlu
4.	رمي	Ramā

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

- Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dhammah transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutāh mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	روضة الأطفال	Rauḍah al-aṭfāl
2.	طلحة	Ṭalḥah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau Tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda Syaddah atau Tasydid. Dalam transliterasi ini tanda Syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddah itu

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَبَّنَا	Rabbanā

2.	نَزَلَ	Nazzala
----	--------	---------

6. Kata Sandang

Kata Sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti huruf Qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah di transliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyyah dan Qammariyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata hubung.

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	الرَّجُل	Ar-rajulu
2.	الجلال	Al-Jalālu

7. Hamzah

Sebagaimana telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak di awal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab huruf alif.

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	أكل	Akala
2.	تَأْخُذُونَ	Ta'khuzūna
3.	النَّوْءُ	An-Nau'

8. Huruf Kapital

Sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangannya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan jika peulisan tersebut disatukan dengan yang lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	وما محمد إلا رسول	Wa mā Muhammadun illā rasūl
2.	الحمد لله رب العالمين	Al-ḥamdu lilla hi rabbil 'ālamīna

9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il, ism maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkaikan.

Contoh:

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	وإن الله لهو خير الرازقين	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn / Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn
2.	فأوفوا الكيل والميزان	Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna/ Fa auful-kaila wal mīzāna

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kepada Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH DESAIN FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI TERHADAP MINAT BERZAKAT MASYARAKAT DI BAZNAS KARANGANYAR”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said (UIN) Surakarta.
2. Dr. Ismail Yahya, M.A Selaku Dekan Fakultas Syariah.
3. Dr. Ah. Kholis Hayatuddin, M.Ag. Selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam, Fakultas Syariah.
4. Mansur Efendi, S.H.I, M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf
5. Muh. Zumar Aminuddin, M.Ag. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Betty Eliya Rokhmah S.E, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah mencurahkan waktu, perhatian dan bimbingan serta saran yang sangat bermanfaat selama penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Dewan Penguji, yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menguji skripsi ini guna membawa kealitan penulis kearah yang lebih baik.

9. Kakak-kakakku Farida Fatkhiyah dan Nurul Hamzah terimakasih atas do'a, dukungan yang diberikan kepada penulis.
10. Teman-teman prodi Manajemen Zakat dan Wakaf angkatan 2018 pada umumnya dan teman-teman kelas Manajemen Zakat dan Wakaf kelas B khususnya, terimakasih sudah mengukir cerita bersama selama 4 (empat) tahun ini di Fakultas Syari'ah UIN Raden Mas Said Surakarta.
11. Teman - teman FORMAISKA, INSPIRASI, YOULEAD, KAMMI Al Mukarramah dan Al Aqsha , LIRIK, UKMI Nurul Ilmi, yang telah berjuang bersama menyelesaikan kepengurusan dan Amanah.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah berjasa baik moril maupun spiritnya dalam penyusunan skripsi. Tak ketinggalan pada seluruh pembaca yang budiman.
13. Terhadap semuanya, tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya do'a dan puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, Akhir kata, penyususun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 27 Oktober 2022

Isnaini Rosyidah

182141060

ABSTRAK

Isnaini Rosyidah, NIM 18.21.41.060. Pengaruh Desain, Fotografi, dan Videografi Terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Skripsi program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf. Fakultas Syariah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain, fotografi dan videografi terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel 95 responden dari populasi sebesar 1932 pengikut media sosial BAZNAS Karanganyar.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan bantuan SPSS 22 sebagai alat hitung data yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan 4 variabel, yaitu 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen yaitu desain, fotografi dan videografi, sedangkan variabel dependen adalah minat berzakat masyarakat.

Dari hasil analisis penelitian ini, hal ini menunjukkan bahwa desain, tidak mempunyai pengaruh terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Karanganyar, dibuktikan dengan nilai t hitung tidak lebih dari t tabel sebesar $0,805 < 1,986$. Dan nilai signifikansi variabel desain lebih besar dari taraf signifikansi yakni sebesar $0,423 > 0,05$. Fotografi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berzakat di BAZNAS Karanganyar didukung dengan nilai t hitung kurang dari t tabel sebesar $0,405 < 1,986$. Nilai signifikansi variabel fotografi sebesar $0,654 > 0,05$. Dan videografi memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Hal ini dibuktikan analisis dan uji t hitung lebih besar dari pada t tabel, yakni $2,163 > 1,986$. Variabel videografi memiliki nilai signifikansi yaitu $0,033 < 0,05$.

Kata kunci : Desain, Fotografi, Videografi, Minat berzakat

ABSTRACT

Isnaini Rosyidah, NIM 18.21.41.060. The Influence of Design, Photography and Videography on the interest of the community in BAZNAS Karanganyar Regency. Zakat and Waqf Management Study program thesis. Faculty of Sharia. Raden Mas Said State Islamic University Surakarta

This study aims to determine the effect of design, photography and videography on people's interest in zakat at BAZNAS Karanganyar Regency. This research was conducted in the Karanganyar Regency. This study used a *purposive sampling* with a sample of 95 respondents from a population of 1932 social media followers of BAZNAS Karanganyar.

In this study using quantitative methods with the help of SPSS 22 as a means of calculating the data obtained. This study uses 4 variables, namely 3 independent variables and 1 dependent variable. The independent variables are design, photography and videography, while the dependent variable is the community's interest in Zakat

From the results of the analysis of this study, this shows that the design has no influence on the interest of the community in BAZNAS Karanganyar, as evidenced by the t-count value of no more than t-table of $0.805 < 1.986$. And the significance value of the design variable is greater than the significance level which is equal to $0.423 > 0.05$. Photography does not have a significant effect on interest in tithe at BAZNAS Karanganyar supported by a t count less than t table of $0.405 < 1.986$. The significance value of the photographic variable is $0.654 > 0.05$. And videography has a positive and significant effect on people's interest in tithe at BAZNAS Karanganyar Regency. This is evidenced by the analysis and test t count is greater than the t table, namely $2.163 > 1.986$. The videographic variable has a significance value of $0.033 < 0.05$.

Keywords: Design, Photography, Videography, Interest in Zakat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB II LANDASAN TEORI MINAT BERZAKAT, DESAIN, FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Minat.....	9
2. Minat Berzakat Masyarakat.....	11

3. Pengukuran Minat	12
4. Zakat	13
5. Desain	19
6. Fotografi	23
7. Videografi.....	27
B. Hasil Penelitian Relevan	31
C. Kerangka Berpikir.....	37
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	40
B. Jenis Penelitian.....	39
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
D. Data dan Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
G. Teknik Analisis	45
BAB IV ANALISA DAN HASIL PENELITIAN.....	49
A. Gambaran Penelitian dan Deskripsi Data	49
B. Karakteristik Responden.....	53
C. Penyajian Data	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	59
3. Uji Asumsi Klasik	63
a. Uji Normalitas	63
b. Uji Multikolinearitas	64
c. Uji Heteroskedastisitas	65
d. Koefisien Determinasi	67
4. Uji Hipotesis-t	69
D. Pembahasan	70

BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Skema Kerangka Berpikir	37
Gambar 2 : Struktur BAZNAS Karanganyar	56
Gambar 3 : Scatter Plot	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Tabel Penerimaan Zakat	3
Tabel 3. 1 : Populasi Penelitian	41
Tabel 3.2 : Skala Likert	42
Tabel 4.1 : Media Sosial BAZNAS Karanganyar	57
Tabel 4.2 : Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 : Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.2 : Karakteristik Berdasarkan Usia	59
Tabel 1 Uji Validitas Variabel Desain	60
Tabel 2 Uji Validitas Variabel Fotografi	60
Tabel 3 Uji Validitas Variabel Videografi	61
Tabel 4 Uji Minat Berzakat Masyarakat	61
Tabel 1 Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 1 Uji Normalitas.....	63
Tabel 1 Uji Multikolinieritas	64
Tabel 1 Uji Heteroskedastisitas.....	65
Tabel 1 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 2 Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 1 Hasil Uji Hipotesis Regresi berganda	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian	79
Lampiran 2 : Kuisisioner	80
Lampiran 3 : Data Responden Desain (X_1)	83
Lampiran 4 : Data Responden Fotografi (X_2)	85
Lampiran 5 : Data Responden Videografi (X_3)	87
Lampiran 6 : Data Responden Minat Berzakat	87
Lampiran 7 : Uji Karakteristik Responden	90
Lampiran 8 : Penyajian Data	91
Lampiran 9 : Biodata	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat adalah salah satu tiang pokok ajaran Islam (syahadat, sholat, zakat, puasa, haji) yang merupakan suatu kesatuan bangunan yang mesti ditegakkan ditengah-tengah kaum muslimin, karena jika salah satu tiang ajaran agama di tinggalkan akan menyebabkan tidak keharmonisan dari seseorang yang mungkin membawa dampak negatif. Pada masa awal Islam, zakat merupakan sumber pendapatan penting bagi negara, karena sangat erat kaitannya dengan kekuasaan negara pada saat itu dan menjadi alat kebijakan fiskal yang sangat penting pada zaman nabi. Zakat berpotensi menghilangkan konsentrasi kekayaan dikalangan ekonomi tertentu. Indonesia saat ini menggunakan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 untuk mengelola dana zakat ini dulunya UU No. 23 Tahun 1999.

Untuk mencapai produktivitas dalam mengelola dana zakat dapat menggunakan dana zakat untuk meningkatkan kesejahteraan didalam dan diluar masyarakat. Hakikat zakat sendiri tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga untuk memenuhi segala kebutuhan pendidikan, perumahan, sandang dan lain-lain. Di sini, pola pemberian zakat kepada Musthik tidak hanya bersifat konsumtif tetapi juga produktif. Di Indonesia, penyelenggaraan zakat diatur oleh pemerintah melalui UU No. 23 Tahun 2011 tentang administrasi zakat. Instansi pemerintah yang berwenang untuk mengolah dan menyalurkan zakat adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

BAZNAS Kabupaten Karanganyar merupakan lembaga bagi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang mewakili penghimpunan zakat ditingkat Kabupaten Karanganyar. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), sebuah organisasi non struktural yang didirikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Zakat. Pembentukan BAZNAS pertama kali didirikan oleh Badan Amil Zakat Nasional berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 8 Tahun 2001 dengan kewenangan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Zakat yang berlaku pada saat itu. Setelah amandemen peraturan tersebut, BAZNAS berstatus sebagai lembaga pemerintah non struktural, mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama.

BAZNAS adalah salah satu dari lembaga non-struktural yang berkontribusi dalam pembangunan kesejahteraan masyarakat dan pengentasan kemiskinan dengan mengelola dana zakat di negara. BAZNAS berperan sebagai pemberi bantuan sosial kepada masyarakat miskin. Keberadaan lembaga ini harus didukung oleh pemerintah untuk mendukung misi nasional bagi masyarakat. Secara khusus, peran Badan Amil Zakat Nasional dalam menyebarkan nilai zakat di masyarakat. Yaitu, nilai-nilai keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT, etos kerja, untuk makanan yang halal dan enak, dan nilai-nilai Zakat yang berkaitan dengan pembentukan kepribadian sebagai manusia yang membutuhkan kemaslahatan bagi orang lain.

Berdasarkan data BAZNAS Kabupaten Karanganyar, tahun 2021 perolehan Zakat sebesar

Tabel 1

Tabel Penerimaan Zakat 2021

Bulan	Zakat	Infaq	Total
Januari	898.213.729	246.899.413	1.145.113.142,00
Februari	908.413.215	261.109.226	1.169.522.441,00
Maret	908.378.984	288.298.775	1.196.677.759,00
April	1.343.058.690	283.878.726	1.626.937.416,00
Mei	2.147.483.647	250.023.998	2.397.507.645,00
Juni	1.904.625.671	250.023.998	2.154.649.669,00
Juli	1.878.041.230	201.673.656	2.079.714.886,00
Agustus	940.147.188	239.369.992	1.179.517.180,00
September	1.184.058.620	257.305.616	1.441.364.236,00
Oktober	1.045.166.388	238.049.101	1.283.215.489,00
November	1.837.379.537	251.868.826	2.089.248.363,00
Desember	2.041.995.378	328.054.601	2.370.049.979,00

sumber : Website baznaskaranganyar.com

Media sosial adalah suatu media daring yang dipakai menjadi alat ukur berita menggunakan memakai banyak sekali fiturnya. Adanya media sosial juga memudahkan para pengguna pada bertukar berita dan melakukan kegiatan-kegiatan lainnya. Banyak fitur media sosial yang dapat digunakan oleh masyarakat seperti Instagram, whatsapp, facevook, twitter, youtube dan masih banyak lagi. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat sekarang lebih sering berinteraksi dengan media sosial dibandingkan dengan kegiatan sosial. Teknologi digital sangat diminati, bisa dilihat di tengah masyarakat sangat banyak penggunaanya laptop,

kamera, drone dan bahkan handphone sekarang memiliki banyak fitur yang tidak kalah canggih. fotografi dan videografi dapat digunakan dalam berbagai kegiatan sehari-hari seperti mendokumentasikan acara organisasi, kegiatan seharian, peristiwa penting, iklan, promosi sedangkan desain grafis adalah seni bentuk visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan, memberikan informasi atau mempromosikan suatu barang atau produk agar menjadi lebih efektif. Trend desain, fotografi, videografi seperti video *prewedding* klip video, *company profile* dokumenter berkembang di masyarakat. Proses dari desain, fotografi dan videografi berkembang menyesuaikan tempat permintaan, membutuhkan peralatan penunjang yang praktis, multifungsi untuk membantu dalam pengambilan gambar dan *footage* (bahan mentah video). Dengan mengedukasi masyarakat melalui media terutama desain, fotografi dan videografi adalah cara menampilkan karya yang dianggap menarik yang didapatkan dalam waktu dan kejadian informasi yang terjadi, Menjadi tantangan tersendiri bagaimana desain, fotografi dan videografi bergerak dalam filantropi terutama zakat.

Potensi zakat di Kabupaten Karanganyar sangatlah besar.¹ Tetapi potensi, kejelasan, dan kekuatan yang ada tidak ada apa-apanya dibandingkan dengan praktik terbaik. Menurut salah satu pengikut media sosial, khususnya Instagram BAZNAS Kabupaten Karanganyar menjelaskan bahwa desain, fotografi dan videografi sangat aktif dalam mengupdate informasi. Media Sosial BAZNAS Karanganyar kerap kali membagikan informasi melalui desain, foto-foto atau video

¹ Dr. Muhammad Choirin, L.c., M.A dkk, “ Indikator Pemetaan Potensi Zakat Provinsi, Kabupaten dan Kota Tahun 2022 Regional Jawa”, Pusat Kajian Strategis Puskas BAZNAS, 2022, Hal 127

kegiatan BAZNAS Kabupaten Karanganyar, selain membagikan informasi di sosial media BAZNAS Kabupaten Karanganyar juga membagikan ilmu-ilmu pengetahuan agama yang membuat semakin menarik. Hanya saja disini di sosial media Instagram khususnya di foto dan video kurang begitu menarik perhatian dikarenakan hanya sekedar upload foto kegiatan tanpa disertai desain yang menarik, sedangkan untuk video di Instagram BAZNAS Kabupaten Karanganyar hanya menampilkan video-video mentah dari kegiatan BAZNAS Kabupaten Karanganyar tanpa adanya proses editing. Hal ini menjadi suatu tantangan bagaimana media sosial di BAZNAS Karanganyar menjadi lebih eksis di desain, fotografi dan videografi agar mampu menarik muzakki dalam berzakat dan lebih optimal.² Bisa dikatakan untuk meningkatkan kesadaran, minat dalam membayar zakat, dengan cara peningkatan kesadaran masyarakat untuk suatu lembaga. Masyarakat memiliki alasan, motif dan tujuan sendiri yang membagikan zakat. Masyarakat lebih memilih untuk membayar sendiri daripada berpartisipasi dalam lembaga zakat. Kehadiran Lembaga Badan Amil Zakat atau Lembaga Amil Zakat (BAZNAS dan LAZ) tidak dimanfaatkan dengan baik oleh muzakki.

Dengan semakin banyaknya potensi zakat yang ada di Indonesia khususnya Kabupaten Karanganyar dan semakin banyaknya orang tertarik dengan media desain, fotografi dan videografi, mendorong penulis untuk membuat penelitian mengenai pengaruh sosial media desain, fotografi dan videografi terhadap minat berzakat masyarakat. Maka penulis ingin melakukan penelitian melalui desain,

² Annisa Zahra, Followers Instagram Baznas Karanganyar dalam wawancara via DM Instagram pada 20 April 2022, Pukul 09.00 – 11.00 WIB. Dikutip dengan izin

videografi dan fotografi dengan **PENGARUH PRINSIP DESAIN, TEKNIK FOTOGRAFI, DAN TEKNIK VIDEOGRAFI TERHADAP MINAT BERZAKAT MASYARAKAT DI BAZNAS KABUPATEN KARANGANYAR ”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk melihat berbagai informasi mengenai zakat di media sosial BAZNAS Karanganyar
2. Kurangnya minat dan pemahaman masyarakat untuk berzakat di BAZNAS Karanganyar
3. Media Sosial BAZNAS Karanganyar kurang dikenal di masyarakat umum khususnya Karanganyar

C. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini untuk menghindari peneliti tidak menyimpang dari sasaran dan tujuan penelitian, agar dapat mengetahui sejauh mana penelitian dapat dimanfaatkan, Peneliti hanya berfokus dan membahas pada bagaimana pengaruh dari desain, fotografi dan videografi. Maka peneliti memberikan batasan yang diteliti, . Objek dalam penelitian ini BAZNAS Karanganyar, ruang lingkup hanya dibatasi kepada masyarakat Kabupaten Karanganyar, yang mengikuti (*Followers*) Instagram dan Facebook BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan :

1. Apakah Prinsip Desain mempunyai pengaruh signifikan secara positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar?
2. Apakah Teknik Fotografi mempunyai pengaruh signifikan secara positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar?
3. Apakah Teknik Videografi mempunyai pengaruh signifikan secara positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh desain terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.
2. Untuk mengetahui pengaruh fotografi terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.
3. Untuk mengetahui pengaruh videografi terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat Praktis

1. Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai zakat via desain, fotografi dan videografi dan mengetahui pengaruh sosial di BAZNAS Kabupaten Karanganyar

2. Sebagai sarana rujukan dalam mengelola media sosial khususnya Instagram dan Facebook

Manfaat Teoritis

1. Menambah wawasan dan pemahaman dalam media sosial sebagai daya minat berzakat
2. Mengetahui peran media sosial dalam minat masyarakat dalam berzakat melalui BAZNAS Kabupaten Karanganyar
3. Memberikan gambaran pengelolaan media sosial di BAZNAS Kabupaten Karanganyar

G. Sistematika Penulisan

Dalam memudahkan penulisan skripsi maka ada pembahasan yang penulis susun sampai akhir dalam lima bab berdasarkan sistematika sebagai berikut

Bab 1 Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika kepenulisan.

Bab II Landasan Teori. Menurut penelitian sebelumnya dan menjelaskan teori-teori, seperti minat masyarakat, desain, dan fotografi, zakat, pemahaman, syarat dan rukun, jenis zakat dan yang berhak menerima zakat, dan yang termasuk zakat tidak memenuhi syarat. pada Zakat.

Bab III Metode Penelitian. Metode penelitian meliputi metode penelitian yang dilakukan pada saat penulisan dan penyelesaian skripsi.

Bab IV Analisa dan Pembahasan. Meliputi sejarah BAZNAS Karanganyar, Pengujian data dan pembahasan, data hasil desain, fotografi, dan videografi di BAZNAS Karanganyar.

Bab V Kesimpulan dan saran dan bab ini merupakan bab terakhir yang memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI MINAT BERZAKAT DESAIN FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI

A. Landasan Teori

1. Minat

Pengertian minat menurut Bahasa (Etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (*learning*) dan mencari sesuatu. Minat secara (Terminologi) adalah suatu kemauan, kesukaan, dan keinginan terhadap sesuatu hal. Minat bisa diartikan sebagai ketertarikan atau kecenderungan seseorang terhadap pada suatu objek tertentu. Menurut Crow and A.Crow, minat dapat dikaitkan dengan kekuatan pendorong yang menarik atau mempesona seseorang, objek, aktivitas atau kegiatan itu sendiri dapat menjadi pengalaman yang merangsang dan efektif.³ Menurut Widya Ningsih dalam skripsinya menjelaskan bahwa minat adalah kecenderungan perhatian terus-menerus dan mengingat beberapa kegiatan.⁴ Secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Dengan kata lain, minat dapat menjadi alasan untuk suatu kegiatan dan alasan untuk berpartisipasi dalam suatu kegiatan. Minat muncul dari faktor internal dan eksternal individu dan juga dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memperhatikan dan

³ Tiffany, "Pengertian Menurut para Ahli", dikutip dari <https://dosenpsikologi.com/pengertian-minat-menurut-para-ahli> diakses pada 5 September 2022, Pukul 14.30 WIB

⁴ Widya Ningsih "Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan.*Skripsi*, Universitas Muuhammadiyah Sumatra Utara, 2021, Hal 29

menanggapi orang, kegiatan atau situasi yang menarik atau menyenangkan.⁵ Jika tertarik, itu berarti positif tentang subjek yang diminati, dan karena itu lebih cenderung memperhatikan dan mengambil tindakan. Menurut Crow and A.Crow yang dikutip dalam artikel Jurnal karya Dr. Yayat Suharyat yang menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

- a. Faktor dorongan yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.⁶
- b. Faktor motif sosial.

Minat dari seseorang timbul didorong dari motif sosial, yakni untuk memenuhi kebutuhan, mendapatkan penghargaan, serta mendapatkan lingkungan yang berada

- c. Faktor emosional.

Faktor emosional adalah suatu ukuran intensitas seorang dalam meletakkan perhatian terhadap suatu objek atau kejadian tertentu

2. Minat Berzakat Masyarakat

Berdasarkan beberapa definisi faktor yang mempengaruhi minat dapat disimpulkan bahwa pembayaran zakat yang seharusnya ke suatu Badan Amil Zakat bukanlah dengan harus adanya minat terlebih dulu melainkan memang sudah kewajiban setiap muslim. Dan fungsi dari pembayaran zakat itu ke Badan Amil supaya pembagian zakat tersebut lebih merata kepada yang berhak menerimanya.

⁵ Widya Ningsih “Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan.” *Skripsi*, Universitas Muuhammadiyah Sumatra Utara, 2021, Hal 28

⁶ Dr. Yayat Suharyat, “Hubungan antara Sikap, Minat dan Perilaku Manusia”, *Academica*, 6 September 2022

Minat muzakki timbul pada diri seseorang muzakki diawali dengan terlebih dahulu adanya perhatian kepada objek. Dimana masyarakat akan mencari informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan zakat, manfaat dan fungsi dari lembaga penyaluran zakat, sehingga berkelanjutan pada keinginan yang mengakibatkan muzakki untuk terlibat dalam aktivitas, dengan muzakki untuk membayar zakat mereka. Dengan demikian minat muzakki adalah kecenderungan seseorang untuk mengeluarkan zakat. Minat muzakki bisa diukur dengan beberapa hal yang diperhatikan yaitu ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), keyakinan (*conviction*).

Berikut penjelasan dari indikator minat :

- a. Ketertarikan, ada dalam diri seseorang untuk menjadi pusat perhatian, perasaan senang seseorang yang akan berzakat (muzakki) terhadap pelayanan yang diberikan oleh BAZNAS Kabupaten Karanganyar.
- b. Keyakinan, adanya rasa percaya dalam diri seseorang terhadap keuntungan, kinerja, kualitas dari adanya BAZNAS Kabupaten Karanganyar.
- c. Keinginan, menunjukkan timbulnya rasa ingin, yakin atau percaya terhadap BAZNAS, sehingga muzaki membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.⁷

3. Pengukuran Minat

Menurut Santy Andriyani dalam skripsinya pengukuran minat dapat dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut :

⁷ Rahmah, "Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat dalam Membayar Zakat pada Lembaga Baitul Mal" *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Riau, 2019

a. *Observasi* / Pengamatan

Observasi memiliki keuntungan, karena bisa mengamati minat seseorang dalam suatu kondisi tertentu. Pengamatan bisa dilakukan terhadap suatu kondisi, situasi atau hasil pengamatan bersifat subjektif.⁸

b. *Interview* / Wawancara

Interview adalah salah satu yang baik dalam mengukur minat, karena biasanya masyarakat senang membicarakan suatu hal yang dirasa menarik dan baik. Wawancara alangkah baiknya dilakukan dalam kondisi yang tidak tegang atau santai, sehingga wawancara dapat berlangsung dengan baik dan tidak tegang dalam menjawab pertanyaan.

c. *Kuesioner* / Angket

Kuisisioner adalah suatu alat atau pengajuan pertanyaan secara tertulis atau online. Dalam pertanyaan yang diajukan pada kuisisioner tidaklah berbeda dengan pertanyaan-pertanyaan yang dilakukan saat wawancara. Dengan menggunakan kuisisioner ini sangat efektif dan efisien.

4. Zakat

a. Pengertian Zakat

Zakat adalah salah satu prinsip agama yang paling penting dalam ajaran Islam. Zakat berfungsi sebagai bentuk ketakwaan, menambah rezeki dan pertolongan dari Allah SWT, membawa keharmonisan, menciptakan cinta,

⁸ Santy Andriyani, Minat Mahasiswa Program Studi teknologi Agroindustri UPI”, *Skripsi* , Universitas Pendidikan Indonesia, 2013

mengembangkan rasa tanggung jawab serta menciptakan dan memelihara khasanah. Jauh dari api neraka, bebas dari fitnah antara dunia dan akhirat.⁹

Zakat menurut Bahasa berarti tumbuh, berkembang. Sedangkan secara termonologi harfiah adalah kewajiban yang dikenakan atas sejumlah harta tertentu, untuk golongan tertentu, dan dalam waktu tertentu. Zakat menurut beberapa mazhab sebagai berikut, mazhab maliki mendefinisikan dengan mengeluarkan sebagian yang spesifik berdasarkan harta yang spesifik juga yang sudah mencapai nishab (batas kuantitas yang mewajibkan zakat) pada orang-orang yang berhak menerimanya. menggunakan catatan kepemilikan itu penuh dan mencapai haul, bukan barang tambang dan bukan pertanian.¹⁰

Mahzab Hanafi mendefinisikan zakat menggunakan “mengakibatkan Sebagian harta yang spesifik berdasarkan harta yang khusus menjadi milik orang yang spesifik, yang dipengaruhi oleh syari`at Allah SWT. Mahzab Syafi`i zakat merupakan sebuah ungkapan buat munculnya harta atau tubuh menggunakan cara yang spesifik.

Sedangkan menurut mazhab Hanbali, zakat merupakan hak yang harus dikeluarkan berdasarkan harta yang spesifik untuk golongan spesifik juga, yang dimaksud golongan spesifik merupakan delapan golongan yang diisyaratkan Allah.

⁹ H. Abdul Mu`id 2017 “*Kumpulan dan Konsultasi dan Tanya jawab Zakat*”, Karanganyar, Baznas Karanganyar

¹⁰ Al-Zuhhayly, Wahbah, 2000, terjemahan oleh Agus Efendi dan bahrudin Fannay, “*Zakat : Kajian Berbagai Mazhab*”. Bandung, PT Remaja Rosdakarya, Hal 84

Di dalam Al Qur'an, Allah SWT menyebutkan perintah zakat dalam QS. At taubah ayat 103

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

سَمِيعٌ عَلِيمٌ

“Ambillah zakat dari Sebagian kekayaan mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka. (QS. At Taubah 103).¹¹

Dan dalam sebuah hadist yang memiliki arti “Sesungguhnya Allah mewajibkan (zakat) atas orang-orang kaya dari umat Islam pada harta mereka. Orang-orang fakir tidak akan kekurangan pada saat mereka lapar atau tidak berbaju kecuali ulah orang-orang yang diantara mereka. Ingatlah bahwa Allah akan menghisap mereka dengan keras dan mengadzab mereka dengan pedih” (HR. Thabrani dari Ali ra)¹²

b. **Macam-macam Zakat**

Zakat terbagi menjadi 2 yaitu, zakat mal dan zakat fitrah

Yang pertama Zakat fitrah, zakat fitrah adalah zakat yang dikeluarkan umat muslim ketika telah berbuka dari puasa ramadhan sampai menjelang idul fitri. Besar zakat fitrah adalah setara dengan 2,5 kg/3 liter beras, atau menyesuaikan

¹¹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan terjemahnya*, (Jakarta, Yayasan At Tartil, Al Qur'an At Taubah Ayat 103)

¹² Achmad, Wahid dan , Mahfudz Mahmud, 2002, " *Buku Panduan Zakat, Infaq, SHOdaqoh dan Wakaf* ", Surakarta, LAZIS Al ihsan

bahan makanan pokok dinegerinya, apakah jagung, gandum, kismis, beras atau kurma.

Kedua, Zakat Mal. Zakat mal adalah zakat yang dikeluarkan seorang muslim sesuai dengan hisab dan haulnya, zakat mal tidak dibatasi waktu pengeluarannya, bisa dikeluarkan sepanjang tahun ketika haul dan nisabnya sudah terpenuhi.¹³

Macam-macam zakat mal :

- 1) Zakat Emas dan Perak
- 2) Zakat Surat Berharga/Saham
- 3) Zakat Profesi
- 4) Zakat Tabungan
- 5) Zakat Tijarah
- 6) Zakat Hasil Pertanian
- 7) Zakat Hewan Ternak
- 8) Zakat Rikaz dan Barang Tambang
- 9) Zakat Hadiah
- 10) Zakat Perusahaan

c. Harta yang wajib dizakatkan

Menurut Yusuf Al-Qardhawi dikutip oleh Asnaini bahwa ulama mazhab mengatakan bahwasanya jenis harta yang wajib dizakatkan ada beberapa macam, yaitu :

¹³ Ustadz Ahmad Qasim Fauzi, "Jenis-Jenis Zakat", *Dompot Dhuafa* dikutip dari <https://zakat.or.id/jenis-jenis-zakat/> dilihat pada Rabu, 19 April 2022

- 1) Binatang Ternak (unta, sapi, kerbau, kambing/domba)¹⁴
- 2) Emas dan Perak
- 3) Perdagangan
- 4) Pertanian
- 5) Hasil sewa tanah
- 6) Madu dan produksi hewan lainnya
- 7) Barang tambangan dan hasil laut
- 8) Hasil investasi
- 9) Zakat Profesi
- 10) Hasil Sama atau Obligasi

d. Orang yang wajib berzakat

Ketentuan orang yang wajib berzakat, adapaun syarat dan rukun zakat¹⁵ adalah :

- 1) Merdeka
- 2) Muslim
- 3) Baligh-Akal
- 4) Pemilik harta penuh
- 5) Cukup Nisab
- 6) Cukup Haul
- 7) Tidak ada Hutang
- 8) Penyerahan kepemilikan

¹⁴ Asnaini, "Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Lembaga (Studi Kasus di Provinsi Bengkulu)", *Nuansa*, Vol X, No.1 Juni 2017

¹⁵ Fryanti, Yunita Een, 2017, " *Akuntansi Lemabaga Zakat dan Wakaf*", Yogyakarta, Pustaka Pelajar, Hal 9

e. **Golongan/orang yang berhak menerima zakat sebagai berikut :**

1) Fakir

Ialah orang yang tidak mempunyai penghasilan tetap, tidak mempunyai pekerjaan dan keadaan hidupnya dibawah standar.

2) Miskin

Ialah orang yang mempunyai pekerjaan tetapi penghasilannya belum cukup untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya.

3) Amil

Ialah Orang yang ditunjuk untuk mengurus zakat dan membagikan zakat tersebut.

4) Muallaf

Ialah orang yang baru saja masuk Islam, agar nantinya zakat dipergunakan untuk memperkuat keimanannya.

5) Riqab

Ialah orang budak yang sedang berusaha untuk membebaskan dirinya agar merdeka.

6) Gharim

Ialah orang yang mempunyai banyak hutang dan kesulitan untuk membayar atau melunasinya.

7) Sabilillah

Ialah orang dengan segala usaha dan upayanya untuk dapat menyampaikan sesuatu karena ridho Allah.

8) Ibnu Sabil

Ialah orang yang kehabisan bekal/saku dalam perjalanan, dan perjalanan tersebut bukan perjalanan menuju maksiat.

5. Desain

a. Pengertian Desain

Desain adalah *planning* atau gambar yang dibentuk buat menunjukkan tampilan dan fungsi berdasarkan bangunan, pakaian, atau objek lainnya sebelum dibentuk. Desain Grafis didefinisikan sebagai “aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri”. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi.¹⁶

Desain menurut Para Ahli. Menurut Coirul Amin bahwa desain berarti kerangka bentuk, desain, motif, pola yang diimplementasikan pada benda. Sedangkan menurut J.B. Reswick istilah desain, adalah kegiatan kreatif yang melibatkan penciptaan hal-hal baru dan berguna yang belum ada sebelumnya.¹⁷

Unsur dalam desain grafis sama seperti unsur dasar dalam desain lainnya, Unsur unsur tersebut termasuk *shape*, bentuk (*form*), tekstur, garis, ruang dan

¹⁶ Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan, 2016, “*Pengantar Desain Grafis*”, Buku Online, Kemendikbud RI, Hal 9

¹⁷ Kutipan materi dalam acara pelatihan BPSDMP Kominfo Yogyakarta “Junior Graphic Designer” di Haris Hotel Solo Pada Selasa, 22 April 2022

warna) membentuk prinsip-prinsip dasar desain visual. Prinsip-prinsip desain seperti keseimbangan (*balance*), ritme (*rhythm*), tekanan (*emphasis*), proporsi (*proportion*) dan kesatuan (*unity*).¹⁸

b. Prinsip dan Elemen Desain Grafis

1) Prinsip-Prinsip Dasar Desain

Untuk menghasilkan karya desain yang berkualitas maka diperlukan pertimbangan yang baik dan mengatur tata letak elemen-elemen desain grafis sesuai dengan prinsip-prinsip. Adapun Prinsip-prinsip Desain Grafis diantaranya

a) Keseimbangan (*balance*)

Semua komponen desain harus tampak seimbang. Desainer perlu menyeimbangkan teks, warna, atau gambar agar tidak terlihat berat sebelah. Ada dua dasar utama yang digunakan ketika menerapkan keseimbangan: simetris dan asimetris. Lokasi yang simetris bilateral berdasarkan dimensi yang memanjang ke kiri dan ke kanan dari pusat. Asimetris berarti susunan yang berbeda dengan berat yang sama pada kedua sisi benda.

b) Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan atau *Unity* dalam prinsip desain adalah konsisten, kesatuan, atau keutuhan, yang merupakan isi utama dari komposisi. Prinsip kesatuan membantu semua elemen bersatu untuk menciptakan tema yang kuat dan mengarah pada hubungan yang saling berkaitan dengan lainnya.

¹⁸ Kutipan materi dalam acara pelatihan BPSDMP Kominfo Yogyakarta “Junior Graphic Designer” di Haris Hotel Solo Pada Selasa, 22 April 2022

c) Ritme (*Rhythm*)

Ritme adalah penciptaan desain atas dasar irama terpadu. Dengan kata lain pengulangan dari komponen desain grafis. Ritme diciptakan oleh elemen berbeda yang memiliki elemen dan konsistensi serupa dengan pola ritmik. Jenis irama bisa teratur, mengalir, progresif atau bertahap.

d) Penekanan (*Emphasis*)

Dalam desain apa pun, ada satu hal yang harus ditekankan di atas segalanya. Tujuan utama dari penekanan ini adalah untuk merancanginya sehingga dapat memandu sudut pandang audiens dengan cara yang menyampaikan apa yang ingin Anda katakan. Perhatikan bahwa tidak semua elemen perlu ditonjolkan. Jika tidak, desain akan berantakan dan pesan tidak akan tersampaikan.

e) Proporsi

Rasio adalah perbandingan perbandingan antara bagian dan bagian lain atau antara bagian dan elemen dari keseluruhan. Selain itu, gambar yang diubah ukurannya sering kali terlihat terdistorsi, karena dapat diartikan sebagai pengubahan ukuran tanpa mengubah panjang, lebar, atau tinggi.¹⁹

2) Elemen Desain Grafis

a) Garis (*Line*)

¹⁹ Taufik, Kutipan materi dalam acara pelatihan BPSDMP Kominfo Yogyakarta “Junior Graphic Designer” di Haris Hotel Solo Pada Selasa, 22 April 2022

Garis adalah elemen desain yang menghubungkan satu titik ke titik lain, menggambar garis dalam bentuk kurva atau garis lurus. Arah garis dapat menyampaikan kesan tambahan melalui persepsi pemirsa. Garis Horizontal memberikan kesan ketenangan, relaksasi, ketenangan atau keheningan dan perluasan. Ggris vertikal memberikan rasa stabilitas, martabat, kekuatan, dan ketinggian. Garis miring memberikan kesan dinamis yang memberikan kesan dinamis dan menyenangkan.

b) Bentuk (*Shape*)

Bentuk adalah serangkaian garis yang berdekatan yang memiliki diameter, tinggi, dan lebar. Ini adalah objek dua dimensi. Bentuk dapat dikategorikan menurut sifatnya menjadi tiga kategori: huruf, simbol, dan bentuk sebenarnya (bentuk). Selain itu, dapat digunakan sebagai sebuah ide-ide.

c) Tekstur (*Texture*)

Tekstur adalah visualisasi permukaan yang dapat diberikan nilai dengan melihat atau menyentuhnya. Dalam prakteknya, tekstur sering digolongkan sebagai pola pada permukaan suatu objek. Tekstur menambah dimensi dan kekayaan pada tata letak dan dapat menekankan atau membangkitkan emosi/perasaan tertentu.

d) Ruang (*Space*)

Ruang adalah jarak yang memisahkan antara gambar satu dengan gambar lainnya. Biasanya digunakan untuk memisahkan atau menggabungkan elemen tata letak. Ruangan juga berfungsi sebagai tempat istirahat mata. Dalam bentuk fisik,

identifikasi spasial dibagi menjadi dua komponen: objek dan *background* (latar belakang).

e) Ukuran

Ukuran yaitu seberapa kecil atau besar sesuatu hal. Membandingkan ukuran satu bentuk dengan bentuk lainnya. Dengan menggunakan elemen ini, dapat menciptakan kontras dan penekanan pada objek desain sehingga orang pertama yang melihat dan melihat aspek menarik atau bagus dari desain.

f) Warna

Warna adalah media komunikasi terpenting. Sebenarnya, warna dibagi menjadi dua bagian, yaitu warna yang diciptakan oleh cahaya (RGB) dan warna yang diciptakan oleh elemen cat atau tinta (CMYK). Warna memungkinkan desainer untuk mengidentifikasi, menyampaikan pesan, menarik perhatian, atau membuat sesuatu menonjol, agar tidak salah memahami arti dari desain.

g) Gelap terang / Kontras

Hubungan dari satu elemen terang-gelap ke elemen lainnya untuk memberikan gambar dan persepsi dengan detail dan rinci untuk membaca dan menulis kata-kata di layar.

6. Fotografi

a. Pengertian Fotografi

Fotografi diambil dari kata “*photos*” memiliki arti cahaya dan “*Graphien*” atau menggambar. Fotografi adalah proses menggambar dan menulis dalam media cahaya. Secara umum fotografi mengacu pada proses atau tata cara menciptakan gambar atau foto suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media foto yang bersifat sensitif. Alat yang paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera.²⁰

Dalam buku *Jurnalistik Fotografi Suatu Pengantar*, Sudjojo menjelaskan bahwa fotografi sebagai suatu teknik adalah untuk mengetahui bagaimana mengambil gambar dengan benar, bagaimana mengatur pencahayaan, bagaimana menangani gambar dengan benar, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan gambar. Fotografi sebagai sebuah karya seni mengandung nilai-nilai estetika yang mencerminkan pikiran dan perasaan fotografer yang ingin menyampaikan pesan melalui gambar dan foto, dan fotografi sudah pasti mengandung seni didalamnya.²¹ Sedangkan Fotografi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah seni dan penghasilan gambar dan cahaya dalam film atau bagian atas yang dipekakan.²²

b. Jenis-Jenis Fotografi

1) Fotografi landscape

²⁰ Marshelia, Marsha Putri, 2018, “ *Tentang Fotografi*”, Semarang, Universitas Dian Nuswantoro, Hal 2

²¹ Gani, Kusumalestari, 2014, “*Jurnalistik Foto : Suatu pengantar*”, Bandung, Simbiosis Reklamata Media, Hal 4

²² KBBI online <https://kbbi.web.id/fotografi> dilihat pada Rabu, 19 April 2022

Fotografi landscape adalah jenis fotografi yang menangkap pemandangan alam. Jenis foto yang dapat diambil dengan menggabungkan orang, hewan dan lain-lain. Namun, fokus utamanya adalah pada keindahan alam seperti: Gambar diperkotaan, gambar pemandangan gunung, gambar laut.²³

2) Fotografi Potret

Fotografi potret adalah fotografi yang subjek fotonya adalah manusia. Mata subjek biasanya diarahkan ke kamera, memberikan kesan komunikasi antara subjek dan fotografer. Fokus fotografi adalah pada ekspresi wajah objek yang mengungkapkan kesamaan, kepribadian, dan emosi seseorang.

3) Fotografi Makro

fotografi makro Jenis fotografi ini menangkap objek kecil dari jarak dekat. Fotografer menggunakan lensa makro untuk memotret objek agar hasilnya lebih tajam. Objek fotografi makro adalah serangga, bunga, daun, dan lain-lain. Fotografi makro dapat menciptakan detail yang menarik.

4) Fotografi tilt-shift

Jenis fotografi yang dimaksudkan untuk membuat foto yang terlihat seperti miniatur. Fotografi jenis ini perlu menggunakan lensa yang kualitas bagus. Proses mengubah sudut lensa ke medium membantu meningkatkan perspektif dan mengatasi distorsi.

²³ Muhammad Iqbal Syakbn, Kutipan materi dalam acara pelatihan Fotografi dan Videografi Oleh Reklamasa Salman ITB Online via Zoom Meeting Pada “ Sabtu, 16 Maret 2022

5) Fotografi Jalanan

Fotografi jalanan adalah genre yang menangkap poin tinggi. Biasanya barang-barang yang bawa berhubungan dengan aktivitas sehari-hari. Saat memotret, fotografer perlu memotret dari jarak dekat, tetapi fotografer berada di kejauhan. Fotografer harus bisa memotret dengan cepat dan akurat.

6) Foto hitam putih

Fotografi hitam-putih adalah suatu aliran di mana teknik menciptakan efek hitam-putih. Efek hitam-putih sering digunakan bahkan dalam foto berwarna untuk mencapai efek vintage.

7) Fotografi Light Painting

Fotografi Light painting atau biasa disebut lukisan dengan cahaya. Teknik Light Painting menggunakan kecepatan rana dan eksposur panjang untuk mengambil gambar dalam gelap dan mengarahkan cahaya yang sudah diarahkan. Misalnya, ponsel berkedip di beberapa titik objek dalam waktu tertentu

c. Teknik-Teknik Fotografi

1) Pencahayaan (*Exposure*)

Merupakan teknik fotografi paling dasar dalam dunia fotografi, karena exposure/pencahayaan sangat berpengaruh terhadap foto yang dihasilkan.²⁴

2) Segitiga Exposure

²⁴ Makarios Sukoyo, 2008, "Fotografi Digital Artistik" Jakarta, PT Prima Infosarana Media, Hal 133

Segita Exposure sering digunakan fotografer dalam menentukan secara tepat Ketika memotret dalam keadaan gelap (*low light*) maupun terang (*high light*)

3) Komposisi Foto

Komposisi dalam fotografi adalah susunan gambar yang masuk kedalam *frame* (Batasan ruang). Dengan cara memasukan dan Menyusun elemen penting kedalam sebuah foto. Teknik ini sangat penting karena dalam komposisi yang kurang tepat akan sulit untuk diperbaiki meskipun diedit menggunakan *pHOTO editor* yang bagus

4) Dept of field/Dof

Salah satu prinsip dasar fotografi mengenai fokus. Berfokus pada aktivitas fotografi sangat penting karena, akan menemukan bahwa menjadi pokok pembicaraan dalam sebuah foto.

5) RAW Processing

Teknik fotografi dasar yang mengacu pada teknik yang menangkap gambar mentah tanpa kompresi. Kompresi dapat menurunkan kualitas foto, sehingga memberikan hasil terbaik.

1. Videografi

a. Pengertian Videografi

Videografi adalah proses pembuatan gambar bergerak atau video menggunakan peralatan elektronik seperti kamera.²⁵ Videografi adalah media

²⁵ Taufik, dalam acara pelatihan BPSDMP Kominfo Yogyakarta “Video Editor” di Haris Hotel Solo Pada Senin, 16 Mei 2022

yang menangkap suatu peristiwa dalam satu gambar berupa suara atau video. Membuat rekaman video berkualitas tinggi membutuhkan keahlian dan pengetahuan mendalam tentang teknik pengambilan gambar, karena semua orang dapat menikmati hasil rekaman video. Dengan perekaman video, dapat mengedit acara yang direkam sesuai kebutuhan. Dapat menambahkan berbagai efek dan filter, suara tambahan, teks, dan lainnya ke video. Video bagian yang memancarkan gambar pada televisi; rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat televisi. banyak sekarang video dokumentasi wisuda, perkawinan atau ulang tahun yang selama ini banyak disimpan dalam format video atau kaset sekarang lebih mudah dapat dikonversi kedalam bentuk VCD yang lebih mudah perawatannya. video streaming adalah suatu metode baru sangat berguna untuk menampilkan video di internet. editing video memerlukan program yang mampu menangani video berukuran besar, kebutuhan memori yang juga tidak sedikit uang dapat membuat beberapa jenis komputer mengalami gangguan saat mengolah data besar.²⁶

b. Teknik Videografi

1) Teknik pengambilan gambar

Dalam pengambilan gambar dalam video dibutuhkan gambar yang stabil, konsisten dan teratur untuk mendapatkan hasil video yang baik. Tidak jarang dalam pengambilan gambar dilakukan tidak hanya satu kamera, juga dapat membantu mendapat gambar dari berbagai arah. Posisi kamera harus juga tepat dan

²⁶ Andi, 2004, "*Penuntun Praktis Pembuatan Video CD*", Semarang, Wahana Komputer, Hal

menggunakan sudut fokus yang tepat dan menarik, sehingga masyarakat bisa menikmati video dan pesan apa yang ingin disampaikan.²⁷

2) Teknik Pengambilan Sudut/Angle

Untuk mengambil sudut angle biasanya menggunakan footage. Penggunaan teknik ini dapat menghasilkan hasil maksimal dengan memperhatikan sudut pandang. Dalam pengambilan sudut pandang ini harus memperhatikan detail objek tertentu, untuk menyampaikan inti informasi yang ingin disampaikan.

3) Pencahayaan/ Menghindari *backlight*

Adalah Teknik videografi dasar dalam dunia videografi. *Backlight* adalah istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan banyaknya cahaya yang tertangkap oleh lensa. Bisa juga dikatakan cahaya membelakangi sumber cahaya atau matahari. Pengambilan dalam kondisi ini membuat video terlihat gelap dan tidak jelas.

c. Jenis-Jenis Videografi

1) Video Jurnalistik

Video Jurnalistik biasanya mengandung berita. Di dalamnya terdapat pendapat para ahli, konfirmasi, verifikasi, narasumber dan adanya data yang valid

2) Video Promosi

²⁷ <https://www.superpixel.id/blog/mengenal-seni-videografi-teknik-dasar-hingga-jenisnya>.

Promosi juga bisa menggunakan teknik video. Video promosi sangat luas, bisa untuk jasa atau produk.

3) Video Dokumentasi acara /Aftermovie

Aftermovie atau sering disebut dengan dokumentasi acara merupakan hal yang sangat penting baik secara individu ataupun lembaga. Dokumentasi adalah bukti telah terlaksananya sebuah acara

4) Video Training

Video training dibutuhkan oleh sebuah lembaga atau perusahaan. Video training dibuat untuk mempermudah pemahaman. Di sisi lain dalam video training ini ada sebuah ilustrasi atau gambaran untuk memberikan pemahaman yang baik dibandingkan dengan hanya tulisan saja.

5) Video Tutorial

Video yang dikemas untuk menunjukkan bakat dengan memanfaatkan teknologi guna memperlihatkan tata cara, pembuatan atau hal-hal yang disenangi. Seperti video tutorial make up, memasak dan lain-lain.

6) Video Dokumenter

Jenis video ini adalah video yang menampilkan kegiatan dokumentasi. Jadi yang audience atau masyarakat mengetahui fakta-fakta yang disampaikan melalui video.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka peneliti akan menyempurnakan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh Desain, fotografi dan videografi terhadap minat berzakat masyarakat yang ada di BAZNAS Kabupaten Karanganyar

Pertama, skripsi oleh Patra Rusdianto, pada tahun 2016 yang berjudul “*Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi muzaki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa*”. Dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, skripsi ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan regresi linier berganda yang menjelaskan bahwa di LAZ Dompot Dhuafa menfokuskan *fundrising*, pengelolaan dana Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf atau disingkat ZISWAF. Pengaruh agama digambarkan aspek-aspek yang dipenuhi sebagai cara untuk menjadi pedoman hidup dengan baik agar manusia diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan. Dalam penelitian ini banyak responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang dibuat pada indikator kesalehan. Hal ini membuktikan kesalehan responden mempunyai kesalehan yang teguh. Disaat ramadhan pengumpulan dana zakat mengalami peningkatan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan promosi tidak mempengaruhi secara pesat terhadap zakat masyarakat. Sedangkan kualitas pelayanan yang ada di LAZ Dompot Dhuafa memiliki pengaruh terhadap kesadaran masyarakat dalam berzakat dan menjadi

muzakki.²⁸ Persamaan dengan skripsi yang sedang dilakukan adalah sama-sama membahas tentang pengaruh zakat yang ada di media sosial terhadap zakat, perbedaan terletak pada promosi, kualitas pelayanan dan religiusitas/ kesholehan.

Kedua, skripsi oleh Hamsin Amelia, pada tahun 2020, yang berjudul “*Strategi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nurul Fikri Zakat Center Kota Palangkaraya dalam mempromosikan zakat melalui media sosial*” dari Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan analisis penelitian mengenai Peran Media Sosial dalam peningkatan penyeteroran zakat studi LAZ nurul Fikri Center Kota Palangka Raya, adalah mempromosikan zakat kepada muzakki adalah mengikuti trend yang ada di masyarakat dan ingin menjadi lebih mudah, efektif dan efisien. Promosi melalui media sosial adalah dengan dua acara yaitu secara online dan offline. Secara online promosi dilakukan melalui postingan-postingan yang dibagikan oleh akun Nurul Fikri seperti Facebook, Instagram, dan Website. Hasil dana zakat yang diperoleh zakat melalui media sosial adalah Rp. 400.682 di tahun 2018, sedangkan pada tahun 2019 terkumpul Rp. 826.038.471. Dana zakat berkembang dan terkumpul lebih pesat karena adanya media sosial sebagai media promosi.²⁹ Perbedaan dengan skripsi yang yang peneliti lakukan adalah skripsi Hamsin Amelia meneliti tentang promosi di media sosial sedangkan pada penelitian ini meneliti bagaimana

²⁸ Patra Rusdianto, “Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi muzaki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa”. *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016

²⁹ Hamsin Amelia, “Strategi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nurul Fikri Zakat center kota palangkaraya dalam mempromosikan zakat melalui media sosial” *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.2020

pengaruh dari desain, fotografi dan videografi terhadap minat berzakat masyarakat dan untuk persamaannya adalah sama meneliti tentang media sosial melalui Instagram dan Facebook.

Ketiga, Skripsi dari Widya Ningsih yang berjudul *Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan*. Tahun 2021 Universitas Muhammad Sumatra Utara.³⁰ Skripsi ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non probability sampling* . Menggunakan populasi sebanyak 110 orang dan sampel dalam skripsi ini adalah 88 masyarakat. Dalam skripsi ini penulis menjelaskan bahwa media sosial mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam berzakat dan menjadi muzakki di kota Medan. Dibuktikan adanya peningkatan zakat dari tahun 2020 dan 2021, muzakki juga mengalami peningkatan yang mendapatkan informasi dari media sosial yang dibagikan ke media sosial LAZISMU Kota Medan. Persamaan dengan skripsi yang diteliti adalah sama dalam membahas media sosial, dan pengaruh dalam pendapatan zakat, sedangkan perbedaan dari skripsi Widya Ningsih adalah studi kasus media sosial di LAZISMU Kota Medan, dan yang sedang peneliti lakukan adalah di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

Berikutnya skripsi dari Rahmah yang berjudul *Analisis Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat dalam Membayar Zakat pada Baitul Mal, tahun 2019, Universitas Islam negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.³¹ Skripsi ini menggunakan

³⁰ Widya Ningsih “Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan.*Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2021

³¹ Rahmah , “Analisis Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat dalam Membayar Zakat pada Baitul Mal”, *Skripsi*, Universitas Islam negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019

metode kuantitatif dengan metode *random sampling*, menggunakan sampel sebanyak 98 muzakki, dalam skripsi ini menjelaskan bahwa. Kepercayaan adalah keyakinan seseorang kepercayaan yang dianut oleh masyarakat dan dengan demikian oleh orang-orang Hal ini dapat mempengaruhi munculnya *self-interest*. Berdasarkan hasil analisis yang diterima, ini mungkin terjadi disimpulkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan untuk kepentingan umum. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $4,651 > 1,988$. Dan Nilai signifikansi kurang dari $0,000 < 0,05$. Persamaan skripsi dari Rahmah dengan skripsi yang sedang diteliti adalah sama membahas tentang minat masyarakat dalam membayar zakat. Sedangkan perbedaannya terletak dalam variabel dan tempat penelitian, variabel yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmah menggunakan variabel kepercayaan, sedangkan variabel yang digunakan dalam penelitian yang sedang dilakukan adalah desain, fotografi dan videografi. Dan tempat, Rahmah melakukan penelitian di Baitul Mal Banda Aceh. Peneliti melakukan di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

Artikel Jurnal dari Rama Wijaya kesuma Wardani, "*Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam Pengumpulan Zakat Mal*" Academic Journal for Homitetic Studies Vol. 11, NO. 1 pada saat pengumpulan zakat mal menggunakan *International Standards Procedure (ISO)*, dengan proses pengumpulan zakat mal melalui implementasi Rencana Strategis (RENSTRA), berdasarkan penelitian yang dilakukan. Rencana Aksi (RKAT). Bentuk komunikasi yang digunakan oleh BAZNAS Nasional untuk mengumpulkan zakat mal memanfaatkan fitur media terbaru seperti Internet, media sosial, blog,

Facebook, Instagram dan media online lainnya. Bentuk komunikasi melalui media online terus dilakukan secara seimbang dengan komunikasi tatap muka, dan Muzakki dikirim langsung ke BAZNAS Nasional. Belum optimalnya melalui media-media tersebut melalui mekanisme branding melalui media online yang dikemas agar berjalan secara konsisten. Namun, sosialisasi terbaik saat ini dicapai dengan bertemu langsung dengan muzakki dan menggunakannya secara offline.³² Persamaan dengan skripsi yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang media sosial. Perbedaan dengan jurnal dan skripsi yang sedang diteliti yaitu tentang desain, fotografi dan videografi yang berada di media sosial.

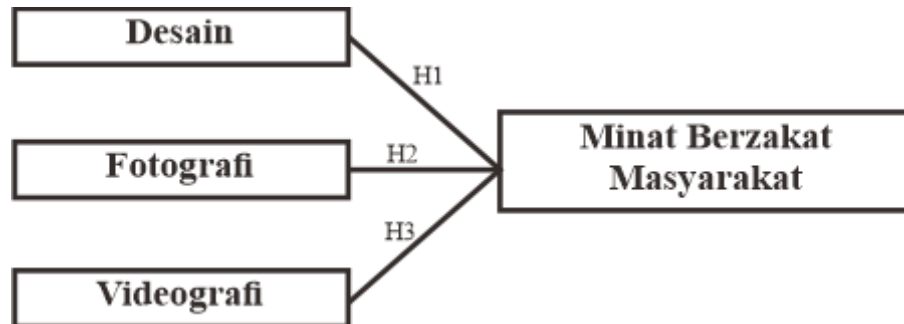
Selanjutnya Artikel Jurnal dari Herman, UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul *Strategi Komunikasi Pengelolaan Zakat, Infak, dan Sedekah ZIS Melalui Media Sosial*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1 No. 2 (2017) berdasarkan penelitian yang dilakukan, Hasilnya adalah strategi pengelolaan Lembaga Amil Zakat Nasional DT Peduli Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui media sosial membuat program yang mewujudkan visi dan misinya dengan beberapa cara: 1) Program Mandiri Kesehatan. 2) Program Sosial Kemanusiaan. 3) Program Bantuan Kemanusiaan, Kedua, zakat dengan menggalakkan Penggunaan media sosial (FB Fan Page), Instagram, Twitter, Infaq dan Komunikasi Pengelolaan zakat Buletin dan Ketiga, Majlis Taklim, keberhasilan mereka dapat dilihat sebagai berikut : 1) Peningkatan donasi terus menjadi 966 juta rupiah (2.000 transaksi), 2) Selalu

³² Rama Wijaya kesuma Wardani, "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam Pengumpulannya Zakat Mal" *Academic Journal for Homitetic Studies* Vol. 11, NO. 1 (2017) Hal 151-176

setiap acara atau oleh orang yang mengirimkannya ke rekening DT Peduli 3) Kemudahan pelaporan baik akuntansi maupun penyajian laporan keuangan sebagai bentuk pertanggungjawaban.³³ Persamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah ingin mengetahui pengaruh dari media sosial terhadap zakat, dan perbedaan dari penelitian yang sedang dilakukan adalah skripsi ini meneliti tentang strategi pengelolaan sedangkan yang sedang diteliti adalah minat masyarakat dalam berzakat.

³³ Herman, Strategi Komunikasi Pengelolaan Zakat, Infak, dan Sedekah ZIS Melalui Media Sosial, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. 2 (2017) Hal 170-190

C. Kerangka Berpikir



1. Variabel Bebas / Independen yang mempengaruhi variabel lain yaitu variabel Desain, Videografi, Fotografi.
2. Variabel Dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, adalah Minat berzakat masyarakat.

D. Hipotesis

Pengertian Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari masalah yang dihadapi.³⁴ Mengacu pada kerangka berfikir dan studi yang berkaitan dengan penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

1. Pengaruh Signifikan secara Positif desain terhadap minat berzakat

Penelitian yang dilakukan oleh Afrizal (2018) menemukan bahwa Desain dari segi garis, bentuk, warna, komposisi, tata letak beserta elemen-elemen lainnya. Desain majalah mampu menarik pengunjung di sosial media dan mampu menarik

³⁴ Yusi, M. Syahirman. 2020, "Statistika untuk Ekonomi, Bisnis, dan Sosial", Yogyakarta, CV. ANDI OFFSET, hal 273

pelanggan di majalah Hidayatullah Bandar Lampung. Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan maka dalam penelitian ini dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₁: Ada Pengaruh signifikan secara positif prinsip desain terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar

2. Pengaruh Signifikan secara Positif fotografi terhadap minat berzakat

Dari penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Wiga Tresnani (2018) mengenai pengaruh video dakwah dalam akun media sosial terhadap sikap keagamaan peserta didik SMAN 1 Tumijajar. Menggunakan metode kuantitatif survei, dilakukan dari 60 responden, menunjukkan adanya pengaruh video-video dakwah yang ada di sosial media Instagram. Dari penelitian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut

H₂ : Ada Pengaruh signifikan secara positif teknik fotografi terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar

3. Pengaruh Signifikan secara Positif teknik videografi terhadap minat berzakat

Artikel Jurnal *Academica* (2018) Dari semua indikator yang paling memengaruhi minat foto, korelasi tertinggi adalah dengan seringnya menggunakan Instagram. Dengan kata lain, fitur like dapat lebih membangkitkan minat pada foto termasuk dalam teori efek-penggunaan. Pengguna sering menggunakan Instagram karena fitur suka dan komentar yang memungkinkan mereka untuk menarik foto mereka. Mengunggah foto ke Instagram untuk menumbuhkan minat fotografi dimulai dengan mengambil foto terlebih dahulu dan kemudian mengunggahnya untuk

membuat minat dan karena siswa sering menggunakannya di Instagram, minat terus meningkat.

H₃ : Ada Pengaruh signifikan secara positif videografi terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Wilayah Penelitian

1. Waktu Penelitian

Adapun penelitian dari mulai pencarian tempat hingga menyelesaikan skripsi ini dilakukan pada bulan April hingga September tahun 2022.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah salah satu tempat dimana penelitian akan dilakukan. BAZNAS Kabupaten Karanganyar tepatnya di Jalan. Lawu No.88, Tegalgede, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, 57716 untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas tentang desain, fotografi dan videografi dalam minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

Adapun motivasi dan alasan peneliti melakukan penelitian di BAZNAS Kabupaten Karanganyar, diantaranya adalah

- a. Peneliti mengamati sosial media BAZNAS Kabupaten Karanganyar, yang menampilkan berbagai aspek mulai desain, fotografi dan videografi
- b. Peneliti ingin meneliti tentang perkembangan teknologi khususnya media sosial

B. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan data, dalam angka atau dalam bentuk angka. Tergantung bentuknya Data kuantitatif dapat diproses atau dianalisis menggunakan teknologi perhitungan statistik. Dalam penelitian ini menggunakan metode riset yaitu menggunakan kuisisioner sebagai instrument pengumpulan datanya.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan element yang terdiri dari objek atau subjek yang menunjukkan sifat dan karakteristik eksklusif yang digunakan peneliti untuk mempelajari dan menarik kesimpulan (generalisasi). Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* sosial media BAZNAS Kabupaten Karanganyar baik itu muzakki, mustahik dan umat muslim. Berdasarkan data yang diperoleh, followers media sosial BAZNAS Kabupaten Karanganyar :

Tabel 1

Followers Media Sosial

No	Jenis Media Sosial	Jumlah Followers/Pengikut
1	Facebook	721
2	Instagram	1.211
Total		1.932

Sumber : Media Sosial BAZNAS Kabupaten Karanganyar

2. Sampel Penelitian

Sampel (*Sampling*) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dilakukan memakai *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan tertentu.³⁵ Menurut Sugiyono (2019) Peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi apabila populasi yang besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di dalam populasi, hal tersebut dikarenakan keterbatasan penelitian. Penelitian ini menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standar Error (10%)

$$n = \frac{1.932}{1 + 1932(0.1)^2}$$

$$n = \frac{1.932}{1 + 1.932(0.01)}$$

$$n = \frac{1.932}{1 + 19.32}$$

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung, Alfabeta, Cetakan ke-2 2019, Hal 138

$$n = \frac{1.932}{20.32}$$

$$n = 95.07$$

dikarena jumlahnya hasil desimal, 95,07 maka dibulatkan menjadi 95, jadi ada 95 responden

D. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah data yang diperoleh seseorang untuk dijadikan suatu dokumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, yang mana data primer adalah data yang diteliti bersangkutan dengan variabel yang diteliti. yang mana sumber tersebut bisa berupa :

a. Data Primer

Adalah data yang diperoleh peneliti dari tangan pertama atau sumber dari peneliti langsung. Sumber dari data primer ini adalah variabel penelitian kuisisioner atau survei yang dilakukan.

b. Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkan. Data sekunder dapat diperoleh lebih mudah, cepat dan tersedia seperti jurnal, *website*, buku-buku, artikel dan lain sebagainya.³⁶ Peneliti menggunakan untuk mendukung pengumpulan data yang berhubungan dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

³⁶ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006).hlm. 209

1. Kuisisioner

Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kuisisioner sebagai alat penelitian. Dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi. Melalui kuisisioner dengan memberikan pertanyaan melalui *google form* yang telah dibuat sebelumnya, kemudian responden menjawab. Sampel yang dikumpulkan untuk keperluan pengujian harus sampel berdasarkan populasi di mana sampel penelitian berada.³⁷ Responden merespon dengan menjawab pertanyaan melalui survei, *google form* yang telah dibuat sebelumnya. Pada penelitian ini yang dipakai merupakan kuisisioner, dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2019) mengatakan bahwa skala likert adalah Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok individu terhadap fenomena sosial. Pada skala Likert, besaran yang diukur disebut besaran indikator. Indikator tersebut kemudian digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun elemen-elemen peralatan yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Terdapat empat kategori yang digunakan dalam pembobotan skala *likert*, yaitu

Tabel 3.1
Penskoran item

Skala	Keterangan	Pernyataan Positif
-------	------------	--------------------

³⁷ Siregar, Sofian, 2013, "*Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan manual dan spss*", Jakarta, Kencana Hal 48

1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

F. Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu konsep yang bisa diukur atau yang dapat sebagai titik perhatian. Berdasarkan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan, maka variabel penelitian adalah :

a. Variabel Bebas atau X (Independen Variabel)

Variabel bebas merupakan variabel yang mengakibatkan timbulnya variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini merupakan Desain, Videografi, Fotografi.

b. Variabel Terikat atau Y (Dependent Variabel)

Variabel Terikat merupakan variabel yang bisa ditentukan atau yang sebagai akibat, lantaran variabel bebas.³⁸ Variabel terikat pada penelitian ini merupakan minat berzakat masyarakat.

G. Definisi Operasional Variabel

³⁸ Siregar, Sofian, 2013, "Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan manual dan SPSS", Jakarta, Kencana, Hal 15

Menurut Sugiyono (2019), definisi operasional variabel penelitian adalah atribut atau jenis nilai suatu objek atau kegiatan dengan variansi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk menyelidiki dan menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini variabel terbagi menjadi dua, variabel dependen (terikat) dan variabel independent (bebas). Variabel independent dalam penelitian ini adalah desain, fotografi dan videografi, dan variabel dependen adalah variabel minat berzakat masyarakat.

Variabel Independen (X_1) adalah desain. Desain adalah gambar yang dibuat untuk menampilkan dan fungsi berdasarkan bangunan, pakaian, atau objek lainnya sebelum dibentuk. Desain memiliki indikator mempunyai template dan konsisten dengan template, menggunakan warna yang sama, komposisi font dan gambar seimbang, tidak tumpang tindih.

Variabel Independen (X_2) adalah Fotografi. Fotografi adalah suatu teknik atau proses mengambil gambar menggunakan cahaya. Memiliki indikator , ketertarikan pada foto, teknik pencahayaan pada foto, ukuran foto, komposisi, ketajaman/fokus pada foto.

Variabel Independen (X_3) adalah Videografi. Videografi adalah suatu media yang digunakan untuk merekam suatu momen atau kejadian dalam bentuk video dan suara. Videografi yang memiliki indikator kebenaran dalam mengambil *angle* video, resolusi video, pencahayaan video, keunikan video terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

Variabel Dependen (Y) Minat berzakat masyarakat adalah suatu proses dalam upaya meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan. Memiliki dimensi ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), keyakinan (*conviction*). Seberapa besar peran dan pengaruh masing-masing variabel independent terhadap minat berzakat masyarakat yang ada di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan penelitian yang dilaksanakan setelah data-data dari seluruh responden terkumpul. Setelah data dikumpulkan, peneliti menggunakan *Statistikal Software Products and Services Solutions (SPSS) 22* untuk menganalisis dat. Adapun pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1) Uji Validitas

Uji Validitas merupakan menguji buat mengetahui sejauh mana indera pengukur itu bisa mengukur apa yang diukur. Validitas membuktikan sejauh mana data yang sesungguhnya pada antara responden yang diteliti. Validitas menunjukkan rentang dimana alat ukur dapat mengukur apa yang coba diukur. Uji validitas diperlukan karena instrumen penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.³⁹ instrumen yang belum teruji kevalidannya dan keandalannya saat digunakan untuk tujuan penelitian menghasilkan data yang tidak dapat dipercaya

³⁹ Syofian Sirigar, 2011, "*Statistika Deskriptif untuk Penelitian*", Jakarta, Rajawali Press, Hal

dan diandalkan. Dapat menguji kevalidan peralatan dengan Statistik *SPSS 22*. Teknik yang dipakai adalah *Pearson Correlation*. Teknik ini membandingkan nilai r yang dihitung dengan r -tabel. Nilai dalam r tabel diperiksa dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data $(n) = 95$, $df = n-2$ dengan signifikansi 0,05. Kriteria pengambilan keputusannya adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan taraf signifikan $p < 0,05$, maka pertanyaan dinyatakan valid.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran terhadap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisa konsistensi yang ada pada instrument dengan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan *Cronbach Alpha* $> 0,60$

3) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk membuat penaksiran yang tepat atau normal. Ada dua cara untuk melihat apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu cara pertama analisis grafik dan melihat grafik histogram. Normalitas dapat dilakukan dengan cara melihat histogram yang membandingkan data observasi dengan data distribusi yang mendekati normal. Apabila titik-titik telah mengikuti

garis lurus atau diagonal, maka dapat dikatakan distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk melihat uji normalitas data, maka peneliti menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Jika hasil Kolmogorov Smirnov p-value > 0.05 maka berdistribusi normal, jika p-value kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independent. Penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya Multikolinearitas menggunakan *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independent yang dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Nilai tolerance yang rendah dengan nilai VIF tinggi, jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan VIF kurang dari 10,00 maka model tersebut bebas dari Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antara satu observasi lain. Pengujian Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan menggunakan uji Spearman Rank dengan melihat pola Scatterplot dengan bantuan SPSS 22. Kriteria untuk Uji Spearman Rank adalah jika nilai Sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas. Dan jika nilai Sig.(2-tailed) $< 0,05$ maka terjadi gejala Heteroskedastisitas

d. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistic yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan pengaruh antara dua variabel. Semakin besar R² maka semakin besar variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen.

e. Uji Regresi Berganda

Teknik analisa berganda dalam penelitian yang dilakkan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat berzakat yaitu desain, fotografi, fotografi, videografi. Persamaan regresi berganda yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan

Y = Minat Berzakat Masyarakat

a = Konstanta

b₁ b₂ b₃ = Koefisien Regresi

X₁ = Desain

X₂ = Fotografi

X₃ = Videografi

e = Standar error

3) Uji Hipotesis (Uji t)

Uji-t statistik dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel terikat. Uji-t dapat (sebagian) menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Varians populasi tidak diketahui dan menggunakan nilai sampel untuk menggantikannya. Prosedurnya adalah dengan melakukan perhitungan terhadap t hitung, kemudian membandingkan antara t tabel dan t hitung.⁴⁰ Hipotesis yang digunakan adalah

Ho, Jika variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berzakat masyarakat

Ha, Jika variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berzakat masyarakat

⁴⁰ *Ibid.* Hal 356

BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lembaga

1. Sejarah BAZNAS Kabupaten Karanganyar

BAZNAS atau Badan Amil Zakat Nasional selama ini hanya mengelola dan mendistribusikan infaq dan sedekah saja, sedangkan untuk zakatnya hanya sebagian kecil saja dan belum menyeluruh di wilayah Kabupaten Karanganyar. Maka dari itu adanya sosialisasi berzakat melalui GERAKAN SADAR ZAKAT untuk menggali segala potensi masyarakat yang beragama Islam di Kabupaten Karanganyar. Salah satu upaya pengelolaan zakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar secara profesional dan proaktif maka adanya istilah “jemput bola” yang memiliki arti mengambil, maksudnya adalah amil sebagai pengumpul zakat/petugas memiliki kewajiban untuk mengambil zakat. Dari kesadaran masyarakat khususnya yang beragama Islam di Kabupaten Karanganyar dengan Pemerintah Daerah Karanganyar untuk menjadi lebih baik dan menyempurnakan ajaran Islam maka di daerah Karanganyar membentuk Forum Komunikasi Ulama Umaro dan Tokoh Masyarakat Karanganyar. dibentuk pada tanggal 12 Januari 1993. Untuk menyelesaikan memecahkan masalah keagamaan di Kabupaten Karanganyar.

Di Forum Komunikasi Ulama Umaro dan Tokoh Masyarakat ini dibentuk Badan Amil Zakat Infaq dan Sedekah di singkat dengan BAZIS. BAZIS memiliki tujuan mengumpulkan dana zakat infaq dan sedekah, menghimpun dana untuk

dikelola digaya gunakan dan didistribusikan menurut ajaran Islam. BAZIS resmi di dirikan dan di sahkan oleh Bupati Karanganyar melalui Surat Keputusan Bupati Nomor : 451/3 Tahun 1994 tertanggal 29 Januari 1993 tentang Pembentukan BAZIS. Ketua pertama BAZIS Karanganyar oleh Drs. Tjuk Susilo dan sekretaris BAZIS oleh Drs. Sandimin. Namun setelah dikeluarkan Peraturan Pemerintah RI No 14 Tahun 2014 Tentang pelaksanaan Undang-Undang No.23 Tahun 2011, BAZIS beralih nama menjadi BAZNAS. Sesuai dengan SK Dirjen Nomor DJ. II/568 Tahun 2014 tanggal 5 Juni 2014, ditetapkan sebagai BAZNAS Kabupaten Karanganyar adalah lembaga yang melakukan dana zakat secara Nasional.

2. Visi dan Misi BAZNAS Kabupaten Karanganyar

Visi : 2026 : Menjadi Lembaga Utama dalam Menyejahterakan Umat⁴¹

Misi :

- a. Membangun BAZNAS Kabupaten Karanganyar yang kuat dan modern sebagai Lembaga pemerintah non-struktural yang berwenang dalam pengelolaan zakat
- b. Memaksimalkan literasi zakat nasional dan peningkatan pengumpulan ZIS secara massif dan terukur
- c. Memaksimalkan pendistribusian dan pendayagunaan ZIS-DSKL untuk mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan umat, dan mengurangi kesenjangan sosial.

⁴¹ Buku profil BAZNAS Karanganyar Hal (tidak diterbitkan untuk umum)

- d. Memperkuat kompetensi, profesionalisme, integritas, dan kesejahteraan amil zakat nasional secara berkelanjutan
- e. Modernisasi dan digitalisasi pengelolaan zakat nasional dengan system manajemen berbasis data yang kokoh dan terukur.
- f. Memperkuat sistem perencanaan, pengendalian, pelaporan, pertanggungjawaban, dan koordinasi pengelolaan zakat secara nasional
- g. Membangun kemitraan antara muzakki dan mustahik dengan semangat tolong menolong dalam kebaikan dan ketaqwaan.
- h. Meningkatkan sinergi dan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan terkait untuk pembangunan zakat nasional dan
- i. Berperan aktif dan menjadi referensi bagi Gerakan zakat.

3. Nilai- Nilai Visi dan Misi

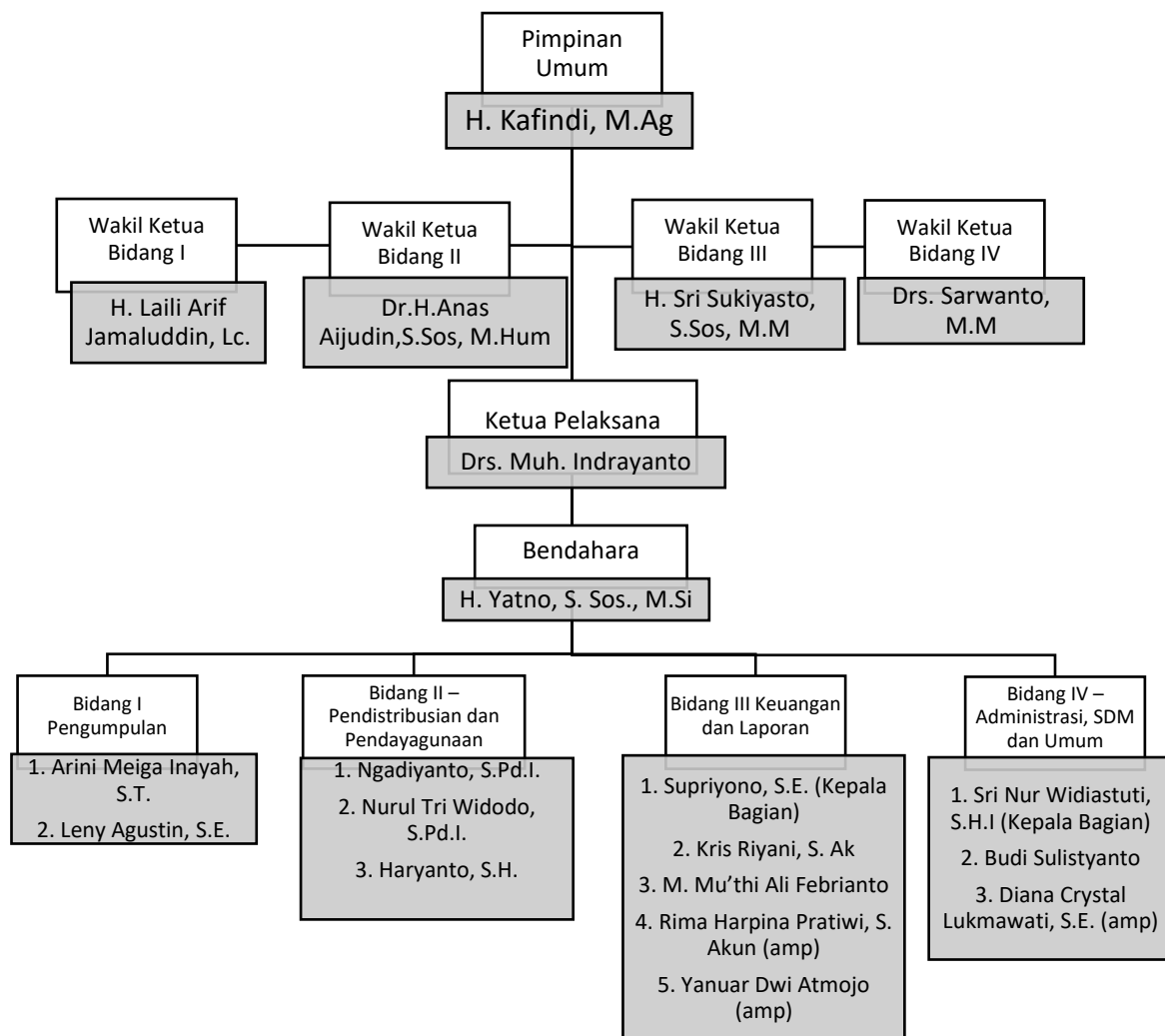
Visi dan Misi BAZNAS didalamnya mengembang dan memegang teguh prinsip dasar atau nilai sifat yaitu.

- a. Amanah : artinya BAZNAS melaksanakan pengelolaan pendayagunaan dan pendistribusi dana ZIS secara jujur dan memiliki integritas yang tinggi.
- b. Fathonah memiliki arti bahwa BAZNAS melaksanakan pengelolaan ZIS berdasarkan dengan sistem syariah dan dipadukan dengan sistem manajemen modern dengan memanfaatkan teknologi tetapi tetap sesuai dengan syariat Islam
- c. Istiqomah , artinya bahwa BAZNAS melaksanakan tugas dengan keteguhan dan keyakinan

- d. Tabligh artinya menyampaikan, memiliki nilai bahwa BAZNAS membangun Kerjasama dengan segenap komponen dan memiliki integritas yang tinggi.
- e. Taqwa artinya BAZNAS melaksanakan tugas hanya karena ingin mengabdikan dan bertanggung jawab kepada Allah.
- f. Shidiq, memiliki nilai bahwa BAZNAS melaksanakan tugas secara bertanggung jawab sesuai dengan standart pelayanan dan tolok ukur yang ditetapkan.

4. Struktur BAZNAS Kabupaten Karanganyar

Bagan 1
Struktur BAZNAS Kabupaten Karanganyar



Sumber : Buku Profil BAZNAS Karanganyar

5. Media Informasi dan Komunikasi Digital BAZNAS Karanganyar

BAZNAS Memiliki akun media sosial sebagai berikut,

Tabel 4.1

Media Sosial BAZNAS Kabupaten Karanganyar

No	Media	Portal Site
1	Website Resmi	www.baznaskaranganyar.com
2	Facebook	Baznas Kab Karanganyar
3	Instagram	Baznaskabkaranganyar
4	Telp dan Fax	(0271) 495005
5	E.mail	baznaskra@gmail.com
6	Youtube	-
7	Twitter	-
8	Hp/Whatsapp	-

Sumber : Buku Profil BAZNAS Kabupaten Karanganyar

Dari tabel 4.1 di atas bahwa BAZNAS Kabupaten Karanganyar memiliki akun-akun media sosial guna menunjang penyebaran informasi secara meluas, membuat press release di media sosial. Untuk Instagram @baznaskabkaranganyar ada 1211 Followers, dan facebook Baznas Kab Karanganyar ada 739 Pengikut. Dan website banyak digunakan untuk membagikan informasi mengenai BAZNAS, laporan pengelolaan BAZNAS, kegiatan BAZNAS dan rekening dari BAZNAS Kabupaten Karanganyar. BAZNAS Kabupaten Karanganyar saat ini belum memiliki akun twitter dan akun youtube.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan data primer yang digunakan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden yaitu masyarakat umum secara langsung jumlah data yang berhasil didapatkan sebanyak 95 responden yang memenuhi

kriteria penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah masyarakat umum Kabupaten Karanganyar. Untuk mendapatkan informasi dan gambaran mengenai karakteristik responden maka dilakukan yang namanya pengelolaan data mentah yang menggunakan perhitungan statistik deskriptif.

a. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Responden berdasarkan Jenis Kelamin

N0	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	38	40%
2	Perempuan	57	60%
Total		95	100%

Sumber : Olah Data primer

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yakni 60% perempuan atau sebanyak 57 responden dan sisanya untuk laki laki sebanyak 40% sebanyak 38 responden. Dari data di atas menunjukkan bahwa sampel pada penelitian ini adalah kebanyakan mayoritas adalah perempuan.

b. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Responden berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMP/MTs/Sederajat	2	2.1%
2	SMA/MA/Sederajat	58	61.1%
3	D3	4	4.2%
4	S1	29	30.5%
5	Yang Lain	2	2.1%
Total		95	100%

Sumber : Olah Data SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat bahwa tingkat pendidikan terakhir, SMP/Mts sebanyak 2 orang (2.1%), SMA/MAN/Sederajat sebanyak 58 orang (61.1%), D3 sebanyak 4 orang (4.2%), S1 sebanyak 29 Orang (30.5%) dan Sebagian besar responden adalah memiliki Pendidikan terakhir tingkat SMA/MAN/Sederajat yaitu sebanyak 58 orang (61.1%)

c. Karakteristik responden berdasarkan Usia

Tabel 4.4
Tabel responden berdasarkan Usia

No	Rentang Usia	Jumlah	Persentase
1	15-30 tahun	79	83.20%
2	31-45 tahun	16	16.80%
Total		95	100.00%

Sumber : Olah Data SPSS 22

Dari tabel di atas dapat kita simpulkan bahwa Sebagian besar responden adalah rentan usia 15 -30 t sebanyak 79 orang (83.2%), dan untuk rentang usia 31-45 th sebanyak 16 orang (16.8%).

C. Pengujian Data

a. Uji Validitas variabel Desain

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner.

Hal ini untuk menentukan dengan membandingkan dengan nilai r tabel dan r hitung, nilai r tabel diambil menggunakan rumus $df=n-2$, maka $95-2= 93$, maka r tabel sebesar 0,202

Tabel 1
Uji Validitas Variabel Desain (X1)

No	Variabel	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,876	0,202	Valid
2	X1.2	0,888	0,202	Valid
3	X1.3	0,830	0,202	Valid
4	X1.4	0,860	0,202	Valid
5	X1.5	0,713	0,202	Valid

Sumber : Olah Data SPSS 22

Dari data tersebut tabel 1, maksud dari X1 adalah variabel dan X1.1 memiliki arti pertanyaan pertama, begitupun X1.2 berarti pertanyaan kedua, dan seterusnya. Dari hasil uji validitas pertama menunjukkan bahwa nilai r tabel adalah 0,202 dari seluruh variabel desain (X1), sedangkan hasil r hitung dari validitas menunjukkan $>$ r tabel, Karena r hitung lebih dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada penelitian di atas dikatakan valid.

Tabel 2
Uji Validitas Variabel Fotografi (X2)

No	Variabel	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,892	0,202	Valid
2	X2.2	0,888	0,202	Valid
3	X2.3	0,909	0,202	Valid
4	X2.4	0,829	0,202	Valid
5	X2.5	0,821	0,202	Valid

Sumber : Olah Data SPSS 22

Dari data uji validitas X2 pada tabel 2, menunjukkan bahwa nilai r tabel adalah 0,202 pada variabel fotografi dari seluruh variabel fotografi yang telah diuji bernilai positif. Karena r hitung lebih dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada penelitian di atas dikatakan valid.

Tabel 3
Uji Validitas Variabel Videografi (X3)

No	Variabel	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	X3.1	0,878	0,202	Valid
2	X3.2	0,885	0,202	Valid
3	X3.3	0,752	0,202	Valid
4	X3.4	0,894	0,202	Valid
5	X3.5	0,797	0,202	Valid

Sumber : Olah Data SPSS 22

Dari data tersebut tabel 3, dari semua item pertanyaan uji validitas X3 menunjukkan bahwa r hitung lebih dari nilai r tabel (0,202). Dan seluruh item pertanyaan variabel videografi yang telah diuji bernilai positif. Karena r hitung lebih dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada penelitian di atas dikatakan valid.

Tabel 4
Uji Validitas Variabel Minat Berzakat Masyarakat (Y)

NO	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y.1	0,823	0,202	Valid
2	Y.2	0,757	0,202	Valid
3	Y.3	0,836	0,202	Valid
4	Y.4	0,796	0,202	Valid
5	Y.5	0,851	0,202	Valid

Sumber : Olah Data SPSS 22

Dari data tersebut tabel 4, menunjukkan bahwa variabel dependent memiliki nilai positif dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari r nilai r tabel adalah 0,202. Maka berdasarkan tabel 4 variabel minat berzakat masyarakat dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada penelitian di atas dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran terhadap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas alat ukur dapat digunakan secara eksternal maupun internal. dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan *Cronbach Alpha* $> 0,60$

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	hitung	Keterangan
Desain (X1)	0,600	0.891	Reliabel
Fotografi (X2)	0,600	0.918	Reliabel
Videografi (X3)	0,600	0.898	Reliabel
Minat Berzakat Masyarakat (Y)	0,600	0.867	Reliabel

Sumber : Olah Data SPSS Versi 22

Dikatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha $> 0,60$ sedangkan dari tabel 1 uji reliabilitas di atas menunjkn bahwa *Cronbach Alpha* dari semua indikator adalah desain sebesar 0,891 fotografi 0,918 dan videografi 0,898 dan minat berzakat masyarakat 0,867. Dari keseluruhan variabel adalah lebih dari 0,60 ($>0,60$). Jadi variabel keseluruhan pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan bisa dipercaya sebagai alat ukur data.

c. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Salah satu caranya dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Apabila titik-titik telah mengikuti garis lurus atau diagonal, maka dapat dikatakan distribusi data normal atau mendekati normal. Atau bisa juga dengan menggunakan cara kedua yaitu jika hasil *Kolmogorov Smirnov* p-value $> 0,05$ maka berdistribusi normal, jika p-value kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi secara normal.

Tabel 1

Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		X ₁ _Total	X ₂ _Total	X ₃ _Total	Y_Total
N		95	95	95	95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17.54	17.45	17.96	20.46
	Std. Deviation	5.287	5.632	5.305	4.044
Most Extreme Differences	Absolute	.132	.180	.145	.202
	Positive	.099	.090	.092	.131
	Negative	-.132	-.180	-.145	-.202
Test Statistic		.132	.180	.145	.202
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov* di atas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan tidak terdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Nilai tolerance yang rendah dengan nilai VIF tinggi, jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan VIF kurang dari 10,00 maka model tersebut bebas dari Multikolinearitas.

Tabel 1

Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.277	3.604
.273	3.662
.215	4.644

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan uji multikolinieritas yang telah dilakukan pada variabel desain dengan nilai *tolerance* $0,277 > 0,1$ dan nilai VIF $3,604 < 10,00$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel desain. Variabel fotografi dengan nilai *tolerance* $0,273 > 0,1$ dan nilai VIF $3,662 < 10,00$, maka variabel fotografi tidak terjadi multikolinieritas. Dan variabel videografi dengan nilai *tolerance* $0,215 > 0,1$ dan nilai VIF $4,644 < 10,00$, maka pada variabel videografi tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedatistas

Pemeriksaan asumsi Heteroskedatistas dengan menggunakan spearman rank dan Scatter plot. Jika pancaran menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu maka dinyatakan tidak ada problem Heteroskedatistas. Yang kedua

menggunakan Nilai Spearman rank jika nilai sig > 0,05 maka tidak terjadi Heteroskedastisitas

Tabel 1

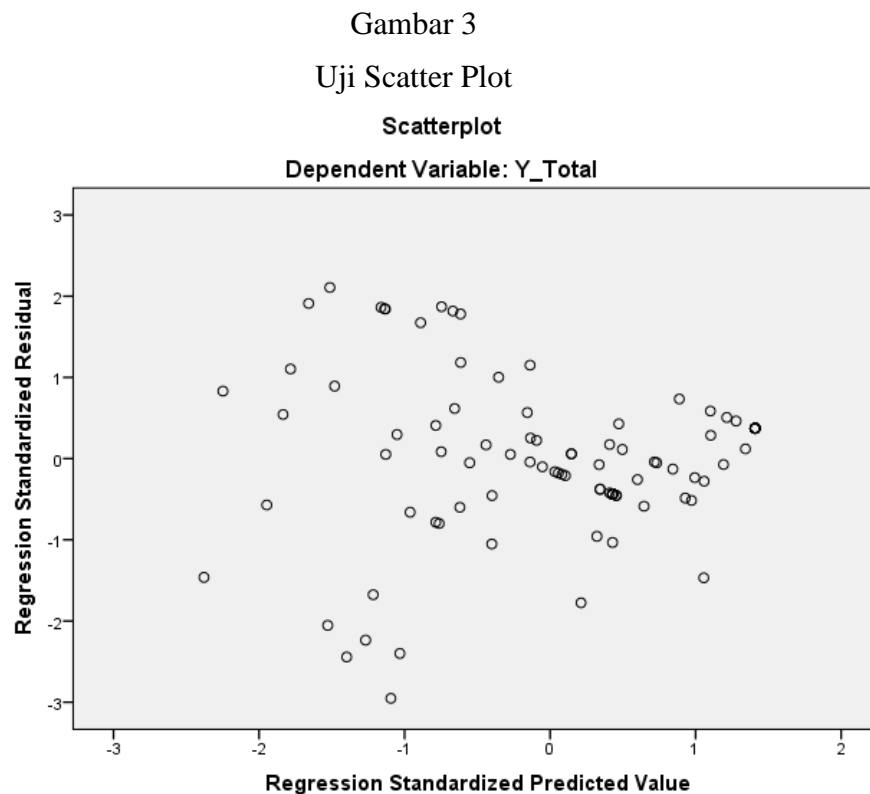
Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman Rho

			Correlations			
			Desain	Fotografi	Videografi	abs
Spearman's rho	Desain	Correlation Coefficient	1.000	.801**	.837**	.024
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.818
		N	95	95	95	95
	Fotografi	Correlation Coefficient	.801**	1.000	.849**	.069
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.509
		N	95	95	95	95
	Videografi	Correlation Coefficient	.837**	.849**	1.000	.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	1.000
		N	95	95	95	95
	abs	Correlation Coefficient	.024	.069	.000	1.000
		Sig. (2-tailed)	.818	.509	1.000	.
		N	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Olah Data SPSS 22

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, bahwa nilai signifikansi variabel independent variabel X_1 (Desain) sebesar 0,818 (X_2) Fotografi sebesar 0,509 dan (X_3) Videografi sebesar 1,000 . Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi menjadi homokedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : Olah Data SPSS 22

Dari gambar diatas disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskesdastisitas. Karena titik-titik tidak menggumpal hanya di atas atau di bawah saja. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengukur kemampuan seberapa jauh model regresi dalam menjelaskan variansi variabel dependen. Nilai Adjusted R^2 memiliki arti kemampuan variabel independent yang terbatas dalam menjelaskan variabel independen. Untuk mengetahui besaran data dalam persen

dari pengaruh desain, fotografi dan videografi peneliti menggunakan koefisien determinasi atau R^2

Tabel 1
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.311	3.356

a. Predictors: (Constant), Videografi, Desain, Fotografi
Sumber : Olah Data SPSS 22

Dalam tabel tersebut, nilai R^2 sebesar 0,333 hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara variabel desain, fotografi dan videografi memiliki hubungan yang cukup baik pada minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Pada hasil R square (R^2) menunjukkan angka 0,333 yang artinya variabel desain, fotografi dan videografi menyumbang angka sebesar 33.3 % minat berzakat di BAZNAS Karanganyar, sedangkan 66,7%. Sedangkan sisanya merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Misalnya faktor pendapatan, pribadi, faktor lingkungan dan faktor penghasilan

e. Analisis Regresi Berganda

Digunakan untuk menguji atau memprediksi keadaan turun naiknya variabel dependen. Berikut dari hasil uji analisis regresi linier berganda

Tabel 1.
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	12.323	1.262		9.764	.000
	X ₁ _Total	.100	.124	.131	.805	.423
	X ₂ _Total	.053	.118	.074	.450	.654
	X ₃ _Total	.304	.141	.399	2.163	.033

a. Dependent Variable: Y_Total

Sumber : Olah Data SPSS

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 12,323 + 0,100X_1 + 0,053X_2 + 0,304X_3 + e$$

Persamaan dari hasil uji tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 12,323 Apabila variabel desain, fotografi dan videografi dianggap konstan atau sama dengan (0), maka variabel minat berzakat adalah 12,323
- b. Koefisien regresi (X₁) sebesar 0,100 menyatakan bahwa variabel desain bertanda positif terhadap minat berzakat masyarakat sebesar 0,100
- c. Koefisien regresi (X₂) sebesar 0,053 menyatakan bahwa variabel desain bertanda positif terhadap minat berzakat masyarakat sebesar 0,053
- d. Koefisien regresi (X₃) sebesar 0,304 menyatakan bahwa variabel desain bertanda positif terhadap minat berzakat masyarakat sebesar 0,304

f. Uji Hipotesis (Uji t)

Hipotesis adalah jawaban sementara atas permasalahan yang dirumuskan. Uji-t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis ini menggunakan regresi linier

seederhana. Syarat dari uji ini dapat dilihat dari nilai signifikansinya pada data regresi sederhana.

- 1) Ketentuan hipotesis uji T
 - a) H_0 = Jika tidak ada pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y
 - b) H_a = Jika ada pengaruh signifikan variabel X terhadap Variabel Y
- 2) Untuk mengambil keputusan berdasarkan nilai signifikansi
 - 1) Jika Nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
 - 2) Jika Nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 3) Dasar pengambil keputusan berdasarkan t hitung dan t tabel
 - 1) Jika t hitung $< t$ tabel, maka hipotesis (H_0) diterima dan H_a ditolak.
 - 2) Jika t hitung $> t$ tabel, maka Hopotesis (H_0) ditolak dan H_a diterima.

Dimana N = Jumlah sampel, k + jumlah variabel dependen dan independent.
Jadi $Df = n - k = (95-4)$, sehingga nilai t tabel sebesar 1,986.

Tabel 1

Uji Tabel Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.323	1.262		9.764	.000
	X ₁ _Total	.100	.124	.131	.805	.423
	X ₂ _Total	.053	.118	.074	.450	.654
	X ₃ _Total	.304	.141	.399	2.163	.033

a. Dependent Variable: Y_Total

Sumber : Olah Data SPSS 22

Berdasarkan pengujian hipotesis diatas menunjukkan bahwa

1. Variabel Desain

Berdasarkan uji hipotesis diatas diperoleh bahwa nilai t hitung kurang dari t tabel, nilai t hitung $0,805 < 1,986$. Dan Nilai Signifikansi lebih dari $0,423 > 0,05$, maka memiliki arti bahwa variabel desain tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar .

2. Variabel Fotografi

Dari uji hipotesis variabel fotografi diperoleh bahwa nilai t hitung kurang dari t tabel, nilai t hitung sebesar $0,405 < 1,986$. Dan Nilai Signifikansi lebih dari $0,654 > 0,05$, maka memiliki arti bahwa variabel fotografi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

3. Variabel Videografi

Berdasarkan uji t , variabel videografi diperoleh nilai t hitung kurang dari t tabel, nilai t hitung sebesar $2,163 > 1,986$. Dan Nilai Signifikansi lebih dari $0,033 < 0,05$, maka memiliki arti bahwa variabel videografi memiliki pengaruh signifikan ecara positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

D. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Seperti yang dijabarkan sebelumnya, Dari hasil analisis uji t diketahui bahwa ada pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y. hal ini dibuktikan dengan uji t , t hitung sebesar dan tabel sebesar 1,986 pada taraf signifikansi 0,05 yang

berarti H_a diterima. Pembahasan dan hasil penelitian dari pengujian instrument adalah sebagai berikut

1. H_1 : Prinsip Desain mempunyai pengaruh positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar.

Dari pengujian diperoleh hasil analisis bahwa Variabel Desain (X_1), memiliki t hitung $< t$ tabel, nilai dari t hitung desain sebesar $0,805 < 1,986$. Nilai signifikansi variabel desain lebih kecil dari taraf signifikansi yakni sebesar $0,423 > 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak . Bahwa desain tidak mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Hal ini menunjukkan bahwa hasil desain dengan warna yang konsisten dan tidak berubah-ubah adalah tidak mampu menarik minat masyarakat untuk berzakat, adanya prinsip desain dapat memudahkan orang dalam mendapatkan informasi.

2. H_2 : Teknik Fotografi mempunyai pengaruh positif terhadap minat berzakat masyarakat.

Dari hasil uji analisis regresi linier sederhana di atas menyatakan bahwa didapatkan nilai t hitung pada pengujian kedua ini sebesar $0,405 < 1,986$. Begitu juga nilai signifikansi variabel fotografi sebesar $0,654 > 0,05$, Maka dengan ini H_0 diterima dan H_a ditolak. Bahwa tidak adanya pengaruh fotografi terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Jadi, hasil foto yang di posting di media sosial Instagram dan Facebook sudah baik ,hanya

saja tidak memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Karanganyar.

3. H3: Teknik Videografi memiliki pengaruh positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Karanganyar.

Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis dan uji t hitung lebih besar dari pada t tabel, yakni $2,163 > 1,986$. Variabel videografi memiliki nilai signifikansi yaitu $0,033 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Bahwa ada pengaruh Videografi terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Ini menunjukkan bahwa ada dampak positif terhadap video yang di upload media sosial BAZNAS Karanganyar, yang mana kreatif dalam mengedit video, ketepatan dalam pengambilan video, resolusi, sangat mempunyai pengaruh untuk mendorong minat masyarakat berzakat. Hasil penelitian ini sependapat pada penelitian yang dilakukan oleh Sitorus dan Rohana Simbolon (2019) hasil dari penelitian tersebut dari penerapan angle kamera sangat menentukan hasil penyampaian berita di METRO TV. Adapun faktor penghambat adalah penerapan angle dan kurangnya pemahaman tentang editing video.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Desain tifaq memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. **Didukung** dengan hasil analisis data bahwa nilai t hitung tidak lebih dari t tabel sebesar $0,805 < 1,986$. Dan nilai signifikansi variabel desain lebih besar dari taraf signifikansi yakni sebesar $0,423 > 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang diajukan ditolak yaitu desain tidak memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Hal ini ditunjukkan semakin bagus dan menarik desain yang ada di media sosial BAZNAS Karanganyar khususnya Instagram dan Facebook tidak mempengaruhi minat masyarakat berzakat di BAZNAS Karanganyar.
2. Fotografi tidak memiliki pengaruh positif signifikan secara positif terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. **Didukung** dengan nilai t hitung kurang dari t tabel sebesar $0,405 < 1,986$. Nilai signifikansi variabel fotografi sebesar $0,654 > 0,05$. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan ditolak dan H_0 diterima. Bahwa Fotografi tidak memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap minat berzakat

masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Hal ini menunjukkan bahwa fotografi belum menggugah minat berzakat masyarakat, dan baik hasil foto, ketepatan foto, *angle* kamera, semakin bagus foto yang ada di media sosial BAZNAS Karanganyar Instagram dan Facebook tidak mempengaruhi minat masyarakat berzakat di BAZNAS Karanganyar.

3. Videografi memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. **Didukung** dengan hasil analisis dan uji t hitung lebih besar dari pada t tabel, yakni $2,163 > 1,986$. Variabel videografi memiliki nilai signifikansi yaitu $0,033 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan diterima bahwa videografi memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap minat berzakat masyarakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar. Hal ini menunjukkan bahwa video yang memiliki *story* atau pesan lebih mempunyai pengaruh dalam minat masyarakat berzakat, semakin menarik edit video dan semakin bagus video yang dihasilkan yang ada di media sosial BAZNAS Karanganyar khususnya Instagram dan Facebook akan semakin banyak juga minat masyarakat berzakat di BAZNAS Karanganyar

B. Saran

1. Media Sosial BAZNAS Kabupaten Karanganyar sebaiknya lebih ditingkatkan dalam Desain, Fotografi dan Videografi.
2. Adanya Keterbatasan variabel, mungkin bagi peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel pendapatan yang mempunyai pengaruh terhadap minat berzakat.

3. Karena keterbatasan referensi dan tidak banyak meneliti tentang desain, fotografi dan videografi, sebaiknya mencari sumber di jurnal internasional atau yang lebih luas.
4. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan responden yang lebih luas tidak hanya terbatas media sosial tapi juga melakukan sebar angket secara offline.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Achmad, Wahid dan , Mahfudz Mahmud, *Buku Panduan Zakat, Infaq, Shodaqoh dan Wakaf*, Surakarta, LAZIS Al ihsan, 2002.
- Al-Zuhhayly, Wahbah, *Zakat : Kajian Berbagai Mahzab*. terjemaaahan oleh Agus Efendi dan bahrudin Fannay, Bandung,PT Remaja Rosdakarya, 2000.
- Andi , “*Penuntun Praktis Pembuatan Video CD*”, Semarang, Wahana Komputer, 2004.
- Gani, Kusuma lestari, *Jurnalistik Foto : Suatu pengantar*, Bandung, Simbiosis Reklamata Media, 2014.
- H. Abdul Mu’id, *Kumpulan dan Konsultasi dan Tanya jawab Zakat*, Karanganyar, Baznas Karanganyar, 2017.
- Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuanititatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Marshelia, Marsha Putri, “*Tentang Fotografi*”,Semarang, Universitas Dian Nuswantoro, 2018.
- Sekaran, Uma. *Research Methodes For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Siregar, Sofian, *Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan manual dan spss*”, Jakarta: Kencana, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan ke-2, Bandung, Alfabeta, 2019.
- Wibowo, Agung Edy, *Aplikasi Praktis SPSS dalam penelitian*”, Yogjakarta: Gava Media, 2012.
- Yusi, M. Syahirman, *Statistika untuk Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*, Yogyakarta, CV. ANDI OFFSET, 2020.
- Leonardo Adi Dharma Widya, Andreas James Darmawan , “*Pengantar Desain Grafis*”, Buku Online, Kemendikbud RI. 2016

Jurnal/karya ilmiah

- Afrizal Zulkarnain, "Penggunaan Desain Grafis pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad'u di Bandar Lampung", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018
- Christian Pangihutan Sitorus & Besti Rohana Simbolon, " Penerapan Angel Kamera dalam Videografi jurnalistik sebagai penyampai berita di METRO TV Medan, Universitas Darma Agung Medan, 2019.
- Endarwati, "Kesesuaian dan Pemanfaatan Teknologi untuk filantropi islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 5 No 1, 2010.
- Hamsin Amelia, "Strategi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nurul Fikri Zakat center kota palangkaraya dalam mempromosikan zakat melalui media sosial" *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.2020.
- Herman, Strategi Komunikasi Pengelolaan Zakat, Infak, dan Sedekah ZIS Melalui Media Sosial, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. 2 (2017), 2018.
- Patra Rusdianto, "Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi muzaki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa". *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016.
- Rahmah, "Analisis Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat dalam Membayar Zakat pada Baitul Mal", *Skripsi*, Universitas Islam negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- Rama Wijaya kesuma Wardani, "Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional dalam Pengumpul Zakat Mal" *Academic Journal for Homitetic Studies* Vol. 11, NO. 1, 2017.
- Santy Andriyani, Minat Mahasiswa Program Studi teknologi Agroindustri UPI", *Skripsi* , Universitas Pendidikan Indonesia, 2013

Widya Ningsih “Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki di LAZISMU Kota Medan”. *Skripsi*, Universitas Muuhammadiyah Sumatra Utara, 2021.

Internet

<http://baznaskaranganyar.com/profile-baznas-karanganyar/>

<https://kbbi.web.id/fotografi>

Ustadz Ahmad Qasim Fauzi, “Jenis-Jenis Zakat”, *Dompot Dhuafa* dikutip dari <https://zakat.or.id/jenis-jenis-zakat/> dilihat pada Rabu, 19 April 2022

”Pendistribusian Dana Zakat”, *Kompasiana*, dikutip dari <https://www.kompasiana.com/evaviorani/584bc380529773671e91149c/pendistribusian-dan-pemberdayaan-zakat>. Dilihat pada Rabu, 19 April 2022 <https://typoonline.com/kbbi/pemberdayaan>

Tiffany, “Pengertian Menurut para Ahli”, dikutip dari <https://dosenpsikologi.com/pengertian-minat-menurut-para-ahli> diakses pada 5 September

<https://zakat.or.id/jenis-jenis-zakat/>

Alquran

Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan terjemahnya*, (Jakarta, Yayasan At Tartil, Al Qur'an At Taubah Ayat 103)

Lain-Lain

Materi dalam acara pelatihan BPSDMP Kominfo Yogyakarta “Junior Graphic Designer” di Haris Hotel Solo Pada Selasa, 22 April 2022

Taufik, Materi dalam acara pelatihan BPSDMP Kominfo Yogyakarta “Video Editor” di Haris Hotel Solo Pada Senin, 16 Mei 2022

Wawancara salah satu pengikut media sosial baznas kabupaten karanganyar pada 20 April 2022, via Instagram

Muhammad Iqbal Syakban, Kutipan materi dalam acara pelatihan Fotografi dan Videografi Oleh Reklamasalman ITB Online via Zoom Meeting Pada “ Sabtu, 16 Maret 2022

LAMPIRAN

(Perizinan Penelitian Skripsi)



BAZNAS
Badan Amal Zakat Nasional
KABUPATEN KARANGANYAR

No : 209/BAZNAS.KRA/IX/2022 Karanganyar, 20 September 2022
Sifat :-
Lamp :-
Hal : Balasan Permohonan Ijin Penelitian

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri
Raden Mas Said Surakarta
Di_ SURAKARTA

Assalamu 'alaikum Wr Wb

Teriring salam dan doa semoga kita senantiasa mendapat bimbingan dan lindungan Allah SWT dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Amin.

Menindak lanjuti surat Nomor: B-2968/Un.20/F.II/PP.00.9/09/2022 tertanggal 15 September 2022 perihal Permohonan Ijin Penelitian. Kami Pimpinan BAZNAS Kabupaten Karanganyar memberikan ijin untuk melakukan Penelitian kepada yang tersebut dibawah ini :

Nama : ISNAINI ROSYIDAH
NIM : 182141060
Prodi : Manajemen Zakat Wakaf

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr Wb

BAZNAS KAB. KARANGANYAR
KETUA

H. RAFINDI, M. Ag

Kantor:
Jalan Lawu Nomor 90, Tegalgede, Karanganyar. 57714
Telepon dan faksimile (0271) 495005
surel baznaskab.karanganyar@baznas.go.id laman www.baznaskaranganyar.com

(Kuisisioner Penelitian)

NO	DAFTAR PENYATAAN	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
Desain					
<i>(sumber : Afrzial Penelitian Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah sebagai media Dakwah dalam menarik minat baca Mad'u di Bandar Lampung, 20148)</i>					
1	Saya merasa desain yang ada di Instagram dan facebook BAZNAS Karanganyar memiliki warna yang menarik				
2	Saya yakin Media Sosial Instagram dan facebook BAZNAS Karanganyar memberikan informasi mengenai zakat dengan warna desain dan font yang sama.				
3	Saya menyukai dengan hasil desain yang di upload di Instagram dan Facebook BAZNAS karanganyar.				
4	Menurut saya desain yang ada di media sosial sudah sangat rapi dan baik.				
5	Saya tertarik untuk berzakat setelah melihat desain-desain yang ada di Media sosial BAZNAS Kabupaten Karanganyar				
Fotografi					
<i>(sumber : Wimbo Agung Setyawan, Kuisisioner Skripsi Media Fotografi sebagai sarana promosi Busana Jepang Kimono di Studio Mammoth Phothography, UNS, 2010)</i>					
1	Saya tertarik dengan tampilan foto-foto yang ada diinstagram dan facebook BAZNAS karanganyar sudah baik				
2	Ketajaman fokus pada foto yang sering di lihat di media sosial Instagram dan facebook BAZNAS Karanganyar sudah sangat baik				

3	Menurut saya teknik pencahayaan pada foto yang disajikan di Instagram dan facebook BAZNAS Karanganyar sudah baik				
4	Menurut saya teknik pengambilan foto (<i>angle</i> kamera) di media sosial sangat bagus				
5	Komposisi foto yang ada pada instagram dan facebook di BAZNAS Kabupaten Karanganyar sudah baik				
Videografi					
<i>(Sumber : Kuisisioner Skripsi Hanifah Wiga Tresani, Pengaruh Video Dakwah di Media Sosial (Instagram) terhadap Sikap keagamaan siswa SMAN 1 Tumijajar Tahun 2018/2019)</i>					
1	Menurut saya video yang di upload sangatlah baik				
2	Menurut saya teknik pengambilan video (<i>angle</i> kamera) di media sosial sangat bagus				
3	Saya lebih mudah memperoleh informasi terkait zakat melalui video yang di upload di media sosial daripada melalui media lain (koran, televisi, dll.)				
4	Menurut saya resolusi video yang di upload sangat baik dan penyampaian pesan dalam video membuat informasi tentang zakat lebih mudah ditangkap.				
5	Saya tertarik untuk berzakat setelah melihat video-video yang di upload media sosial BAZNAS Kabupaten Karanganyar				
Minat berzakat Masyarakat					
<i>(sumber : Kuisisioner Widya Ningsih, Pengaruh Media Sosial Lazismu Terhadap Minat Masyarakat menjadi Muzakki di Lazismu Kota Medan, Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2021)</i>					

1	Saya ingin membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar lebih baik daripada diberikan kepada mustahik langsung				
2	Saya meyakini bahwa BAZNAS Kabupaten Karanganyar memberikan dana zakatnya kepada mustahik yang berhak menerima				
3	Saya tertarik berzakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar karena pengaruh dari Media sosial yang kreatif dan inovatif				
4	Saya meyakini bahwa dana yang telah saya sumbangkan kepada BAZNAS Kabupaten Karanganyar akan dikelola dengan baik pada Lembaga ini				
5	Saya benar-benar yakin berminat berzakat di BAZNAS Kabupaten Karanganyar				

Responden Variabel Desain

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1 Total
1	4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	1	2	9
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	2	4	18
6	4	4	4	2	2	16
7	4	2	4	2	4	16
8	4	4	5	4	4	21
9	4	4	4	4	2	18
10	4	4	4	4	4	20
11	2	1	4	1	4	12
12	5	5	5	5	5	25
13	4	4	4	4	5	21
14	5	5	5	5	5	25
15	2	2	2	2	2	10
16	4	2	2	1	4	13
17	4	4	5	5	4	22
18	5	4	4	4	4	21
19	4	4	4	4	2	18
20	2	2	2	2	2	10
21	5	5	4	4	4	22
22	4	4	2	4	2	16
23	2	2	2	2	2	10
24	4	4	4	4	4	20
25	5	5	5	5	5	25
26	4	2	4	4	5	19
27	4	2	4	2	5	17
28	4	4	4	4	4	20
29	1	1	2	2	4	10
30	2	2	2	2	4	12
31	2	2	1	1	2	8
32	5	5	5	5	4	24
33	1	2	4	4	1	12
34	2	2	2	2	2	10
35	4	5	5	4	5	23
36	5	4	4	5	5	23
37	2	4	2	4	4	16
38	2	2	2	2	4	12
39	4	4	4	4	4	20
40	2	4	5	4	4	19
41	4	4	4	4	4	20
42	2	1	1	2	2	8
43	5	5	5	5	5	25
44	1	1	1	2	4	9
45	2	2	4	2	2	12
46	4	4	4	4	2	18
47	5	5	5	5	5	25
48	1	1	4	2	5	13
49	4	2	4	2	4	16
50	2	2	4	4	2	14

51		4	4	4	4	4	20
52		4	2	4	2	1	13
53		4	4	4	2	5	19
54		5	5	5	5	5	25
55		2	1	1	2	2	8
56		4	4	4	4	5	21
57		4	2	2	2	2	12
58		4	4	2	4	4	18
59		2	2	1	1	2	8
60		5	5	5	5	5	25
61		2	4	2	2	2	12
62		4	5	4	5	4	22
63		4	4	4	4	5	21
64		5	5	4	5	5	24
65		2	1	4	2	4	13
66		4	4	4	4	4	20
67		4	4	4	4	4	20
68		5	5	5	5	5	25
69		5	5	5	5	5	25
70		5	5	5	5	5	25
71		4	4	2	2	2	14
72		2	2	2	2	4	12
73		2	2	4	2	2	12
74		2	2	2	2	2	10
75		5	5	5	5	4	24
76		4	4	4	4	4	20
77		4	4	4	5	5	22
78		4	4	4	2	4	18
79		2	2	2	2	5	13
80		2	2	4	4	4	16
81		5	5	5	5	5	25
82		4	4	2	4	2	16
83		4	4	5	5	4	22
84		1	1	1	4	1	8
85		2	4	2	2	4	14
86		4	4	4	4	4	20
87		4	2	4	2	4	16
88		2	2	4	2	4	14
89		4	4	4	4	4	20
90		4	4	5	5	4	22
91		4	2	2	4	4	16
92		4	4	4	4	2	18
93		5	5	5	5	5	25
94		2	2	4	2	2	12
95		5	4	4	5	5	23

Responden Variabel Fotografi

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2 Total
1	4	5	4	5	5	23
2	4	4	4	4	2	18
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	4	21
6	2	2	4	2	4	14
7	5	5	5	4	4	23
8	5	5	4	5	4	23
9	4	5	2	2	4	17
10	4	4	4	4	4	20
11	2	2	2	2	4	12
12	5	5	5	5	5	25
13	4	4	4	4	5	21
14	5	5	5	5	5	25
15	2	2	2	4	2	12
16	2	2	2	2	2	10
17	5	5	5	4	4	23
18	5	4	5	5	5	24
19	4	4	4	4	4	20
20	2	2	2	2	2	10
21	5	4	4	4	4	21
22	5	4	5	5	4	23
23	2	2	2	4	4	14
24	4	2	2	2	2	12
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	5	4	4	21
27	4	2	2	2	5	15
28	4	5	4	4	4	21
29	4	4	2	2	4	16
30	2	2	2	2	4	12
31	1	1	1	1	1	5
32	4	5	5	5	5	24
33	4	4	1	1	4	14
34	2	2	2	2	2	10
35	4	4	4	2	5	19
36	4	4	5	4	5	22
37	4	2	4	2	4	16
38	2	2	2	2	4	12
39	2	2	2	4	4	14
40	5	5	4	2	5	21
41	4	4	4	4	4	20
42	1	1	1	1	2	6
43	5	5	5	5	5	25
44	2	2	2	4	4	14
45	1	1	2	4	2	10
46	4	2	2	4	4	16
47	5	5	5	5	5	25
48	1	1	1	2	4	9
49	4	2	4	2	4	16
50	2	1	2	4	2	11

51	4	4	4	4	4	20
52	2	4	2	2	2	12
53	4	4	4	4	4	20
54	4	5	5	5	4	23
55	1	1	1	1	1	5
56	4	4	4	4	4	20
57	4	2	4	2	4	16
58	4	2	2	4	4	16
59	2	1	2	1	2	8
60	5	5	5	5	5	25
61	4	2	4	4	2	16
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	2	2	2	2	2	10
65	1	1	1	1	1	5
66	4	4	4	4	4	20
67	5	2	2	2	2	13
68	5	5	5	5	5	25
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	5	2	2	17
72	4	4	4	4	4	20
73	1	1	1	1	1	5
74	2	2	2	2	2	10
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	5	4	4	4	4	21
78	4	2	2	2	4	14
79	4	2	5	5	5	21
80	4	2	2	4	4	16
81	5	5	5	5	5	25
82	2	2	2	2	2	10
83	5	5	4	4	5	23
84	4	4	1	1	4	14
85	4	2	2	4	4	16
86	5	4	4	4	4	21
87	4	2	4	4	4	18
88	5	4	4	2	4	19
89	4	4	4	4	4	20
90	4	5	4	4	4	21
91	2	2	2	2	4	12
92	4	4	4	4	4	20
93	5	5	5	5	5	25
94	2	2	2	2	2	10
95	5	4	4	4	4	21

Responden Variabel Videografi

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3 Total
1	4	4	5	5	5	23
2	2	2	4	2	2	12
3	4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	5	24
5	5	4	4	4	4	21
6	4	2	4	4	2	16
7	4	5	4	4	4	21
8	5	5	5	5	5	25
9	4	2	4	4	5	19
10	4	4	4	4	4	20
11	2	2	2	2	4	12
12	5	5	5	5	5	25
13	2	2	5	2	4	15
14	5	5	5	5	5	25
15	4	2	4	2	2	14
16	2	2	5	2	4	15
17	5	5	5	5	4	24
18	5	5	5	5	5	25
19	4	4	4	4	4	20
20	2	2	4	2	2	12
21	4	5	5	5	5	24
22	4	5	5	5	4	23
23	4	4	4	2	2	16
24	2	2	4	4	4	16
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	2	5	19
28	2	4	5	4	4	19
29	2	2	2	2	4	12
30	1	2	4	4	4	15
31	1	1	1	1	1	5
32	5	5	5	5	5	25
33	4	1	5	2	5	17
34	2	2	4	1	2	11
35	5	5	4	5	5	24
36	5	4	5	5	4	23
37	4	4	2	2	4	16
38	2	2	4	4	4	16
39	4	2	4	4	4	18
40	5	4	5	4	2	20
41	4	4	4	4	4	20
42	1	1	4	1	2	9
43	5	5	5	5	5	25
44	2	2	2	2	2	10
45	2	2	5	2	2	13
46	4	2	4	2	5	17
47	5	5	5	5	5	25
48	2	2	2	2	4	12
49	4	4	4	2	4	18
50	2	4	4	4	2	16

51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	1	2	1	12
53	4	4	4	2	2	16
54	5	5	4	4	4	22
55	1	1	2	1	1	6
56	4	4	5	4	5	22
57	2	2	4	4	2	14
58	4	2	5	2	4	17
59	1	1	4	2	2	10
60	5	5	5	5	5	25
61	2	2	4	4	2	14
62	4	4	4	4	5	21
63	4	4	4	4	4	20
64	2	2	4	2	2	12
65	2	2	2	2	2	10
66	4	4	4	4	4	20
67	2	2	2	2	2	10
68	5	5	5	5	5	25
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	4	4	20
72	2	2	2	2	2	10
73	2	2	1	1	1	7
74	2	2	2	2	2	10
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	2	2	5	4	4	17
78	4	4	4	2	4	18
79	2	2	2	2	4	12
80	2	2	4	2	4	14
81	5	5	5	5	5	25
82	4	2	5	2	2	15
83	4	4	5	4	5	22
84	1	1	1	1	4	8
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	20
88	2	1	4	2	4	13
89	4	4	4	4	4	20
90	5	4	4	5	5	23
91	4	4	5	5	4	22
92	4	4	4	4	4	20
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	4	2	4	18
95	4	5	5	5	5	24

Responden Variabel Minat Berzakat

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y total
1	5	5	5	5	5	25
2	2	5	5	4	2	18
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	4	22
6	2	5	2	5	4	18
7	4	5	2	5	4	20
8	4	5	5	5	4	23
9	2	5	4	5	5	21
10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	5	5	5	24
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	2	5	22
14	5	5	5	5	5	25
15	2	4	4	4	2	16
16	5	4	2	4	4	19
17	5	5	5	5	4	24
18	5	5	5	5	5	25
19	4	4	4	4	4	20
20	2	2	2	2	2	10
21	5	5	4	4	4	22
22	5	4	4	5	4	22
23	4	4	4	5	4	21
24	4	4	4	4	4	20
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	5	5	22
27	5	4	2	4	5	20
28	2	5	4	5	2	18
29	5	5	4	5	5	24
30	5	5	5	5	5	25
31	1	4	1	2	2	10
32	4	5	5	5	5	24
33	4	4	4	4	4	20
34	2	2	1	2	2	9
35	4	4	4	4	2	18
36	5	4	5	4	4	22
37	5	5	4	5	4	23
38	5	5	5	5	5	25
39	4	4	4	4	4	20
40	4	5	2	5	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	2	4	4	18
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	4	4	20
45	4	5	1	5	4	19
46	5	4	5	5	5	24
47	5	5	5	5	5	25
48	4	5	5	5	5	24
49	5	4	4	4	4	21
50	4	4	4	5	2	19

51	4	4	4	4	4	20
52	1	4	1	1	1	8
53	4	4	5	4	4	21
54	4	4	4	4	5	21
55	2	4	4	4	4	18
56	4	5	4	5	4	22
57	4	4	2	4	2	16
58	4	4	4	4	4	20
59	4	5	4	5	5	23
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	4	4	20
63	4	5	5	5	4	23
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	5	4	24
66	4	4	4	4	4	20
67	2	2	2	2	2	10
68	5	5	5	5	5	25
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	4	4	20
72	2	2	2	2	4	12
73	4	4	2	2	2	14
74	2	2	2	2	2	10
75	4	4	4	5	4	21
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	5	4	21
78	4	4	4	4	4	20
79	4	5	5	5	5	24
80	5	4	4	5	5	23
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	2	5	2	17
83	4	5	5	4	4	22
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	2	4	2	5	2	15
88	2	5	2	5	2	16
89	4	4	2	4	4	18
90	4	4	4	5	4	21
91	4	4	4	5	4	21
92	4	4	4	4	4	20
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	2	4	2	16
95	5	5	5	5	5	25

(Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Desain)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1_Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.808**	.649**	.677**	.518**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.2	Pearson Correlation	.808**	1	.633**	.771**	.471**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.3	Pearson Correlation	.649**	.633**	1	.649**	.541**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.4	Pearson Correlation	.677**	.771**	.649**	1	.470**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.5	Pearson Correlation	.518**	.471**	.541**	.470**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95
X1_Total	Pearson Correlation	.876**	.888**	.830**	.860**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	5

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Fotografi

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2_Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.788**	.770**	.617**	.701**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X2.2	Pearson Correlation	.788**	1	.767**	.620**	.658**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X2.3	Pearson Correlation	.770**	.767**	1	.746**	.643**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X2.4	Pearson Correlation	.617**	.620**	.746**	1	.608**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X2.5	Pearson Correlation	.701**	.658**	.643**	.608**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95
X2_Total	Pearson Correlation	.892**	.888**	.909**	.829**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	5

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Videografi

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3_Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.833**	.550**	.689**	.602**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X3.2	Pearson Correlation	.833**	1	.501**	.768**	.583**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X3.3	Pearson Correlation	.550**	.501**	1	.640**	.540**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X3.4	Pearson Correlation	.689**	.768**	.640**	1	.646**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X3.5	Pearson Correlation	.602**	.583**	.540**	.646**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95
X3_Total	Pearson Correlation	.878**	.885**	.752**	.894**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	5

Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Berzakat Masyarakat

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y_Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.472**	.590**	.539**	.700**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y.2	Pearson Correlation	.472**	1	.540**	.700**	.513**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y.3	Pearson Correlation	.590**	.540**	1	.534**	.648**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y.4	Pearson Correlation	.539**	.700**	.534**	1	.549**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y.5	Pearson Correlation	.700**	.513**	.648**	.549**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y_Total	Pearson Correlation	.823**	.757**	.836**	.796**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	5

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1_Total	X2_Total	X3_Total	Y_Total
N		95	95	95	95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17.54	17.45	17.96	20.46
	Std. Deviation	5.287	5.632	5.305	4.044
Most Extreme Differences	Absolute	.132	.180	.145	.202
	Positive	.099	.090	.092	.131
	Negative	-.132	-.180	-.145	-.202
Test Statistic		.132	.180	.145	.202
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.323	1.262		9.764	.000		
	X1_Total	.100	.124	.131	.805	.423	.277	3.604
	X2_Total	.053	.118	.074	.450	.654	.273	3.662
	X3_Total	.304	.141	.399	2.163	.033	.215	4.644

a. Dependent Variable: Y_Total

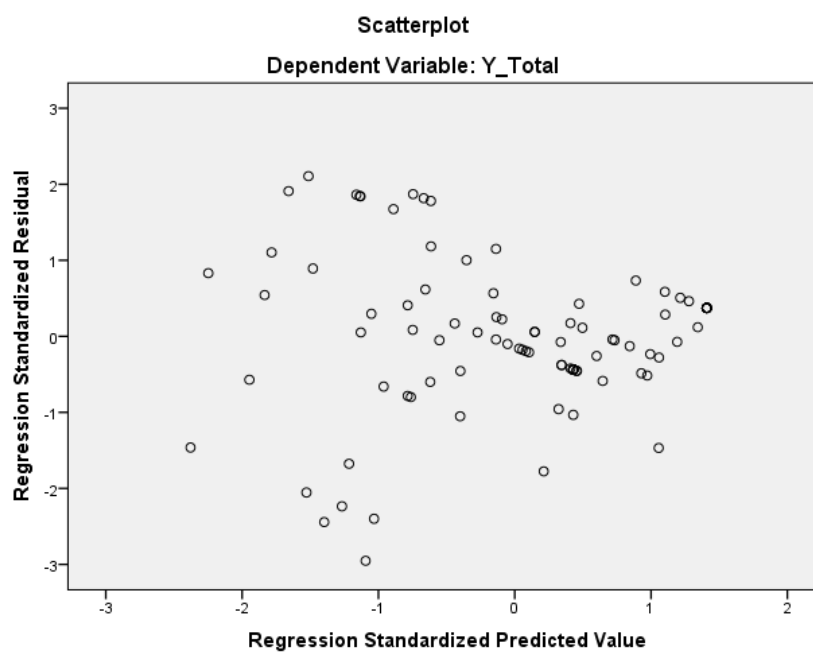
Uji Heteroskedastisitas

Uji Spearman Rho

			Desain	Fotografi	Videografi	abs
Spearman's rho	Desain	Correlation Coefficient	1.000	.801**	.837**	.024
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.818
		N	95	95	95	95
	Fotografi	Correlation Coefficient	.801**	1.000	.849**	.069
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.509
		N	95	95	95	95
	Videografi	Correlation Coefficient	.837**	.849**	1.000	.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	1.000
		N	95	95	95	95
	abs	Correlation Coefficient	.024	.069	.000	1.000
		Sig. (2-tailed)	.818	.509	1.000	.
		N	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Scarplot



Uji R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.311	3.356

a. Predictors: (Constant), Videografi, Desain, Fotografi

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.323	1.262		9.764	.000
	Desain	.100	.124	.131	.805	.423
	Fotografi	.053	.118	.074	.450	.654
	Videografi	.304	.141	.399	2.163	.033

a. Dependent Variable: Minat Berzakat

Hasil Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.323	1.262		9.764	.000
	Desain	.100	.124	.131	.805	.423
	Fotografi	.053	.118	.074	.450	.654
	Videografi	.304	.141	.399	2.163	.033

a. Dependent Variable: Minat Berzakat

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Isnaini Rosyidah
NIM : 18.21.4.1.060
Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf
Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 29 Juni 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Email : isnaini.rasyidah@gmail.com dan atau
isnainirosyidah29@gmail.com
Alamat : Punukan Tengah, Ngadiluwih, Matesih, Karanganyar
Nama Ayah : Sutarman
Nama Ibu : Sukarsi
Riwayat Pendidikan :

- a. MIM Mergomulyo Lulus tahun 2012
- b. SMPN 1 Matesih Lulus tahun 2015
- c. SMAN 2 Karanganyar Lulus tahun 2018
- d. UIN Raden Mas Said Surakarta Tahun masuk 2018

Demikian Riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya

Surakarta, 20 Oktober 2022

Isnaini Rosyidah

182141060