

**ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

**SEBAGAI MEDIA INFORMASI ZAKAT, INFAQ, DAN SEDEKAH**

**(Studi Pada Followers Akun Instagram @lazismu\_sragen)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada

Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Skripsi



Oleh:

**Yusuf Prihartanto**

**NIM. 17.21.4.1.006**

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

**2022**

ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI ZAKAT, INFAQ, DAN  
SEDEKAH

(Studi Pada Followers Akun Instagram @lazizmu\_sragen)

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

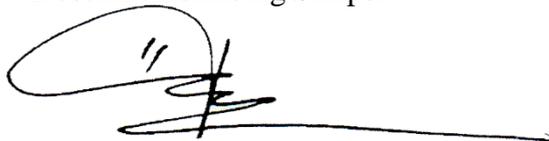
**YUSUF PRIHARTANTO**

**NIM. 17.21.4.1.006**

Surakarta,

Disetujui dan disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing Skripsi



**Mansur Efendi S.HI., M.SI**

**NIP. 1980012620141 1 100**

## **SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI**

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yusuf Prihartanto

NIM : 17.21.4.1.006

Fakultas : Syariah

Program Studi : Manajemen Zakat dan Wakaf

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI ZAKAT, INFAQ, DAN SEDEKAH (Studi Pada Followers Akun Instagram @lazizmu\_sragen)”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian 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, 20 Desember 2022



Yusuf Prihartanto

Mansur Efendi S.HI.,M.SI

Dosen Fakultas Syariah

UIN Raden Mas Said Surakarta

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi

Sdr : Yusuf Prihartanto

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Syariah

UIN Raden Mas Said Surakarta

Di Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengatakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Yusuf Prihartanto, NIM : 17.21.4.1006 yang berjudul :

**Analisis Manajemen Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Zakat, Infaq, dan Sedekah (Studi Pada Followers Akun Instagram @lazizmu\_sragen)**

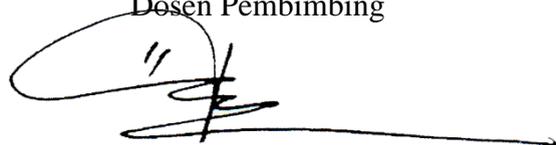
Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Manajemen Zakat dan Wakaf

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat. Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 20 Desember 2022

Dosen Pembimbing



**Mansur Efendi S.HI.,M.SI**

**NIP. 1980012620141 1 100**

**PENGESAHAN**

**ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI ZAKAT, INFAQ, DAN  
SEDEKAH**

**(Studi Pada Followers Akun Instagram @lazizmu\_sragen)**

Disusun Oleh:

**YUSUF PRIHARTANTO**

**NIM. 17.21.4.1.006**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah

Pada hari Selasa, 20 Desember 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar

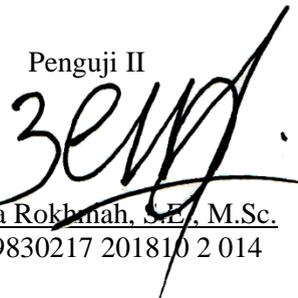
Sarjana Ekonomi

Penguji I



Masjupri, S.Ag., M.Hum.  
NIP.19701012 199903 1 002

Penguji II



Betty Eliya Rokhmah, S.E., M.Sc.  
NIP. 19830217 201810 2 014

Penguji III



Desti Widiani, S.Pd.I., M.Pd.I.  
NIP. 19880818 201701 2 177

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Syariah**



Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A.

**NIP. 19750409 199903 1 001**

## MOTTO

مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah”  
(HR.Turmudzi)

مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورِ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئاً، وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ، كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامِ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئاً

“Barang siapa mengajak (manusia) kepada petunjuk, maka baginya pahala mereka sedikit pun. Dan barang siapa mengajak (manusia) kepada kesesatan maka ia mendapatkan dosa seperti dosa-dosa orang yang mengikutinya, tanpa mengurangi dosa mereka sedikit pun”  
(H.R.Abu Hurairah)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT, Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, tak lupa shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW.

Dengan segala perjuangan, pengorbanan, kerja keras, serta doa yang memenuhi proses penyusunan skripsi ini. Maka ku persembahkan skripsi ini kepada mereka yang senantiasa setia ada dalam proses kehidupan ku. Dalam perjuangan memilih cita-cita dengan semangat, doa, dan keteguhan hati serta kerja keras, saya persembahkan karya tulis skripsi ini teruntuk orang-orang yang selalu ada, setia, pengertian, dan mencintai saya, khususnya untuk :

1. Kepada Bapak saya tercinta Parjoko dan Ibuku tercinta Suyamti yang telah membimbing dan memberikan semangat kepada saya agar dapat segera menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk segala pengorbanan kalian dalam membesarkanku.
2. Kakakku tercinta Atika Nur Yuni Astuti, dan kepada adikku Aura Nur Rizki telah memberikan motivasi serta do'a agar dapat cepat terselesaikan skripsi ini.
3. Kepada diriku sendiri karena sudah terus berusaha sampai terselesaikannya skripsi ini dengan segala rintangan dan dengan segala perjuangan.
4. Diri sendiri untuk selalu bertahan dan selalu berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan tidak menyerah atas segala rintangan dalam segala kesulitannya.
5. Para sahabatku Idak Putri Utami, Afrizal Bima, Melina Eka karena terus memberikan motivasi dan semangat bahwa saya sanggup menyelesaikan ini semua.
6. Grup Sesok Munaqosah yang selalu memberikan motivasi untuk sukses bersama, dan selalu memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Nur Eka yang sudah meminjamkan laptop ketika laptop saya rusak.
8. Dosen-dosen Fakultas Syariah yang sudah mendidiku.
9. Almamaterku Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said 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 lagi 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	Ša	Š	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	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	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	...’...	Koma terbalik 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
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...’...	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal 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
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dammah	U	U

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كتب	<i>Kataba</i>
2.	ذكر	<i>Žukira</i>
3.	يذهب	<i>Yazhabu</i>

### 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...ى	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كيف	<i>Kaifa</i>
2.	حول	<i>Ĥaula</i>

### 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 dan garis di atas
أ...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

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

#### 4) Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua (2), yaitu :

- Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dammah transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- Apabila pada suatu kata yang di 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	<i>Rauḍah al-aṭfāl</i>
2.	طلحة	<i>Ṭalḥah</i>

#### 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	<i>Rabbana</i>
2.	نَزَّلَ	<i>Nazzala</i>

## 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 oleh huruf Qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyyah atau Qamariyyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	الرَّجُلِ	<i>Ar-rajulu</i>
2.	الْجَلَالِ	<i>Al-Jalālu</i>

## 7) Hamzah

Sebagaimana yang telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif. Perhatikan contoh berikut ini :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	أكل	<i>Akala</i>
2.	تأخذون	<i>Ta'khuduna</i>
3.	النؤ	<i>An-Nau'u</i>

### 8) Huruf Kapital

Walaupun dalam 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. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

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

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
	و ما محمد إله الرسول	<i>Wa mā Muḥammadun illā rasūl</i>
	الحمد لله رب العالمين	<i>Al-ḥamdu lillahi rabbil 'ālamīna</i>

### 9) Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il, isim, 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 dirangkai.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
	وإن الله هو خير الرازقين	<i>Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqin</i> <i>/ Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn</i>
	فأوفوا الكيل والميزان	<i>Fa aūfū al-Kaila wa al-mīzāna / Fa</i> <i>aūful-kaila wal mīzāna</i>

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI ZAKAT, INFAQ, DAN SEDEKAH (Studi Pada Followers Akun Intagram @lazizmu\_sragen)”**.

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Zakat 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, S.Ag, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. Ah. Kholis Hayatuddin, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
4. Dr. Aris Widodo, S.Ag., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
5. Mansur Efendi S.HI.,M.SI selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta saran yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Syariah yang telah memberikan ilmu-ilmunya, semoga segala ilmu yang diberikan dapat selalu bermanfaat dikehidupan yang akan datang
7. Seluruh Staff karyawan Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu yang telah berjasa dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kecurangan dan jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun untuk tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.*

Surakarta, 20 Desember 2022

Penulis

Yusuf Prihartanto  
NIM. 17.2.1.4.1006

## ABSTRAK

**YUSUF PRIHARTANTO, NIM : 172141006 “ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI ZAKAT, INFAQ DAN SEDEKAH (Studi Pada Followers Akun Instagram @Lazismu\_Sragen)”.** Dengan adanya media sosial, informasi yang ada didunia dapat tersebar secara luas dan cepat. Tetapi setelah adanya pandemi covid-19 yang menjadikan masyarakat terhambat dalam melakukan pertukaran informasi, yang biasanya penyebaran informasi ataupun dakwah mengenai zakat, infaq, dan sedekah dilakukan di acara-acara keagamaan Islam seperti pengajian, setelah adanya kebijakan pemerintah untuk tidak saling bertemu secara langsung akan menghambat penyebaran informasi tersebut. Salah satu media sosial yang menyediakan akses penyebaran informasi adalah Instagram, fitur-fitur Instagram yang mudah dalam penggunaannya dan menarik karena media ini tidak hanya berupa tulisan, tetapi ada fitur video dan foto yang menjadikannya media yang menarik, hal tersebut menjadikan pengguna Instagram di setiap tahunnya meningkat. Tidak hanya orang muda yang menggunakannya, mulai dari anak kecil sampai orang tua menggunakannya karena kemudahan dalam menjalankan aplikasinya.

Salah satu strategi dari Lazismu Sragen untuk tetap beroperasi dikala pandemi adalah menggunakan Media Sosial Instagram, kepopuleran Instagram yang setiap tahunnya tidak pernah menurun menjadikan Lazismu Sragen melihat potensi yang bisa dipakai untuk berdakwah dan melakukan program-program kerjanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen Strategi yang dilakukan Lazismu Sragen menggunakan Media Sosial Instagram dan untuk mengetahui sejauh mana dampak yang dihasilkan dengan menggunakan Media Sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif lapangan yang dilakukan di Lazismu Sragen. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara dan observasi. Dengan analisis dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Lazismu Sragen menunjukkan bahwa media Instagram memiliki nilai tersendiri bagi yang mengikuti. Dengan memaksimalkan fitur foto maupun video yang sedang trend saat ini, setiap postingan dari @Lazismu\_Sragen menjadi menarik untuk dilihat, hal itu menjadikan penyebaran informasi berhasil dilakukan, semakin banyak masyarakat yang mengerti mengenai zakat, infaq, dan sedekah maka semakin banyak juga masyarakat yang sadar akan kewajiban membayar zakat, infaq, dan sedekah. Dan pemanfaatan media sosial Instagram ini sangat bermanfaat.

**Kata Kunci : Manajemen Strategi, Instagram, Media Informasi, ZIS**

## ABSTRACT

YUSUF PRIHARTANTO, NIM 172141006 "**MANAGEMENT STRATEGY FOR THE USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS AN INFORMATION MEDIA FOR ZAKAT, INFAQ, AND SEDEKAH (Study on Followers of the Instagram Account @Lazismu\_Sragen)**". With social media, information in the world can be spread widely and quickly. But after the Covid-19 pandemic which hampered the community in exchanging information, which is usually the dissemination of information or da'wah regarding zakat, infaq, and alms was carried out at Islamic religious events such as recitations, after the government's policy not to meet each other in person hinder the dissemination of this information. One of the social media that provides access to information dissemination is Instagram, Instagram's features are easy to use and interesting because this media is not only in the form of writing, but there are video and photo features that make it an interesting media, this makes Instagram users every year. increase. Not only young people use it, from small children to the elderly use it because of the ease of running the application.

One of Lazismu Sragen's strategies to continue operating during a pandemic is to use Instagram Social Media, Instagram's popularity which never decreases every year makes Lazismu Sragen see potential that can be used for preaching and carrying out its work programs. This study aims to find out how Strategic Management is carried out by Lazismu Sragen using Instagram Social Media and to find out the extent of the impact generated by using Instagram Social Media.

This study used a qualitative field research method conducted at Lazismu Sragen. Data collection techniques used in the form of interviews and observation. With the analysis in this paper is descriptive qualitative.

Based on the results of the study, it shows that the use of Instagram social media by Lazismu Sragen shows that Instagram media has its own value for those who follow it. By maximizing the current trending photo and video features, every post from @Lazismu\_Sragen is interesting to watch, it makes information dissemination successful, the more people who understand about zakat, infaq, and alms, the more people are aware of obligation to pay zakat, infaq, and alms. And the use of Instagram social media is very useful.

**Keywords: Strategy Management, Instagram, Information Media, ZIS**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
NOTA DINAS .....	iv
PENGESAHAN .....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR .....	xv
DAFTAR ISI.....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Kerangka Teori.....	7
F. Tinjauan Pustaka .....	10
G. Metode Penelitian.....	12
H. Sistematika Penulisan .....	19
BAB II ZISWAF DAN PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM .....	21
A. Pemanfaatan.....	21
B. Tujuan pemanfaatan.....	22
C. Media Sosial .....	24
D. Instagram.....	27
E. Informasi .....	35
F. Zakat .....	38
1. Pengertian zakat .....	38
2. Dasar Hukum Zakat .....	39
3. Macam-macam Zakat .....	40

1. Rukun Zakat.....	47
2. Syarat Zakat .....	47
3. Fungsi Zakat .....	48
4. Prinsip Zakat.....	48
5. Harta Benda yang Wajib Wajib Dikeluarkan Zakatnya .....	49
6. Pengelolaan Zakat .....	49
G. Infaq.....	52
H. Sadhaqah .....	54
1. Pengertian Shadaqah.....	54
2. Jenis-jenis Shadaqah.....	57
3. Orang yang Berhak Menerima Shadaqah.....	58
I. Manajemen Strategi .....	58
<b>BAB III GAMBARAN UMUM MANAJEMEN STRATEGI PEMANFAATAN</b>	
<b>MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI LAZISMU SRAGEN .....</b>	<b>61</b>
A. Gambaran Umum Lazismu Sragen .....	61
1. Profil Lembaga .....	61
2. Visi,dan Misi .....	62
3. Struktur Anggota.....	64
B. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Informasi ZIS .....	65
1. Media Informasi .....	65
2. Pemanfaatan Media Sosial Instagram.....	66
3. Keunggulan Instagram Dibanding Media Sosial Lain .....	69
4. Tujuan Informasi.....	70
5. Waktu Pemanfaatan Instagram .....	70
C. Dampak Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Lazismu Sragen .....	71
1. Donasi.....	71
2. Pengunjung .....	73
3. Kerja Sama Antar Lembaga.....	74
D. Survey Followers Akun Instagram Lazismu Sragen (@lazismu_sragen) ....	75

BAB IV ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI TERHADAP PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM LAZISMU SRAGEN .....	80
A. Strategi Lazismu Sragen Dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram .....	80
B. Dampak Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Lazismu Sragen .....	86
1. Donasi.....	86
2. Kerjasama .....	87
3. Semakin Dikenal Masyarakat .....	87
4. Bertambahnya Pengunjung .....	88
BAB V PENUTUP.....	89
A. KESIMPULAN .....	89
B. SARAN .....	90
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	96

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era modern ini gaya dan perilaku masyarakat mengalami perubahan, apalagi dikala pandemi seperti sekarang, yang biasanya masyarakat dapat berjumpa secara langsung untuk sekedar *sharing* mengenai keseharian sekarang tidak dapat bertemu karena peraturan pemerintah untuk melakukan *social distancing*. Media sosial memberikan solusi dimana masyarakat tidak harus bertemu untuk saling tukar informasi, jarak yang begitu jauh tidak menjadi halangan asalkan memiliki jaringan yang bagus dan teknologi yang memadai. Hampir semua Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) saat ini, termasuk Lazismu, tergerak untuk terus melakukan inovasi-inovasi digital dalam sosialisasi dan *fundraising*, guna mengoptimalkan penghimpunan *zakat, infak, dan sedekah*.

Media Sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial. Tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial, yaitu pengenalan, komunikasi dan kerjasama.<sup>1</sup>

Pemanfaatan media sosial setiap individu tentu dapat mempermudah untuk mencapai suatu tujuan. Media sosial menjadi tempat individu agar

---

<sup>1</sup> Rulli Nasrullah, “*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*”. (Bandung: Simbiosis Rekatama media, 2015), hlm. 33.

bisa berinteraksi secara bebas dan terbuka, juga dapat menjadi salah satu tempat untuk membentuk eksistensi diri. Masyarakat mulai gemar menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan informasi karena kemudahan yang ditawarkan.

Penggunaan media sosial digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktivitas mulai dari *entertainment*, melakukan bisnis, mencari info atau aktivitas lainnya. Pengguna internet aktif di Indonesia per Januari 2016 mencapai 88.1 juta orang dan 79 juta di antaranya merupakan pengguna media sosial yang aktif. penggunaan instagram di Indonesia bagi pengguna dengan usia 16-35 tahun, melakukan *posting* foto-foto saat *travelling* mencapai 48.4%. Di Indonesia, jumlah pengguna instagram aktif mencapai 22 juta orang. Adapun dengan persebaran *demografi* pengguna instagram 18-29 tahun memiliki penggunaan terbesar yaitu 83%. Namun 18% dari mereka yang berumur 30-49 tahun dan 6% dari umur 50-64 tahun juga menggunakan instagram. Berdasarkan data tersebut, maka instagram merupakan salah satu media yang potensial untuk digunakan sebagai media informasi.<sup>2</sup>

Saat ini sistem informasi sangat penting bagi setiap lembaga. Karena mempercepat dan memperlancar serta mengefisienkan dan mengefektifkan waktu setiap transaksi sehari-hari dan yang lebih penting lagi, sistem informasi dapat membantu dalam pengambilan keputusan. Pada dasarnya,

---

<sup>2</sup> Deru R.indika dan cindy jovika, “*media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen*”, *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 1 No. 1, 2017, hlm. 25-26.

sistem informasi memiliki fungsi seperti mencatat, mengumpulkan, menyimpan dan memberi laporan setiap kegiatan yang dibutuhkan setiap badan usaha atau organisasi.

Zakat menurut bahasa artinya bersih, tambah dan terpuji. Sedangkan menurut istilah zakat adalah kadar harta tertentu yang diberikan kepada para mustahiq (yang berhak) menerimanya dengan beberapa syarat. Kedua, zakat yaitu pemberian sebagian harta kepada fakir miskin dan orang-orang yang berhak menerimanya dan hukumnya wajib. Ketiga, zakat adalah satu kewajiban dari kewajiban-kewajiban Islam, ia adalah salah satu dari rukun-rukunya, dan termasuk rukun yang terpenting setelah syahadat dan sholat. Dalam bahasa Arab, kata *zakah* secara harfiah berarti berkembang atau tumbuh. Kadang diartikan bersih atau suci. Adapun dalam pembahasan fikih, istilah zakat diartikan sebagai sejumlah harta tertentu yang wajib dikeluarkan dan diserahkan orang-orang yang berhak menerimanya.<sup>3</sup>

Zakat merupakan salah satu kewajiban yang di syariatkan Allah kepada umat Islam, sebagaimana salah satu perbuatan ibadah setara dengan shalat, puasa dan ibadah haji. Namun demikian, zakat tergolong ibadah badaniah yang pelaksanaannya dengan fisik. Hal ini membedakan zakat dengan ritual ibadah lainnya, seperti ibadah shalat, puasa, dan haji, yang manfaatnya terkena dirinya sendiri, sedangkan zakat bermanfaat untuk orang lain.

---

<sup>3</sup> Indi Aunullah, *Ensiklopedi Fikih untuk Remaja* (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2008), hlm. 314.

Sedangkan sedekah adalah mengeluarkan harta dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Adapun istilah Infaq berasal dari bahasa Arab, yaitu *anfaqa-yunfiqu-infaq*, yang bermakna mengeluarkan atau membelanjakan harta. Maksud dari membelanjakan atau mengeluarkannya entah untuk kebaikan, donasi, atau sesuatu yang bersifat untuk keperluan sendiri, atau keinginan dan kebutuhan yang bersifat konsumtif, semua masuk dalam istilah infaq.<sup>4</sup>

Masih sedikit masyarakat yang mengetahui mengenai informasi mengenai zakat, infaq, dan sedekah. Penyebaran informasi ini biasanya hanya dalam acara-acara dakwah di masjid maupun Ivent pengajian yang ada di masyarakat, oleh sebab itu hal ini dirasa kurang karena hukum mengenai zakat, infaq, dan sedekah terus berkembang seiring juga berkembangnya jaman.

Salah satu lembaga amil zakat yang peduli terhadap masalah zakat, infaq, dan sedekah yaitu LAZISMU. Dimana sejak 2002 LAZISMU berusaha untuk meningkatkan mengenai informasi zakat, infaq, dan sedekah. LAZISMU kota Sragen adalah salah satu lembaga amil yang aktif dalam menyampaikan informasi mengenai zakat, infaq, dan sedekah di media sosial maupun di beberapa kesempatan secara langsung. Akun Instagram @lazismusragen juga dibilang salah satu akun

---

<sup>4</sup> Munhanif Herry, *Tuntunan Praktis Zakat dan Permasalahannya* (Cibubur: Variapop, 2012), hlm. 14

yang paling aktif di media sosial dibandingkan dengan akun-akun lembaga yang lain.

Adanya media sosial Instagram untuk berdakwah adalah suatu hal yang baru, melalui postingan yang berupa informasi mengenai ZIS dan juga disertakan open donasi bagi yang mau membayar zakat ataupun infaq dan sedekah diharapkan menjadi salah satu cara yang efektif dikala pandemi.

Manajemen strategi adalah apa yang dilakukan manajer untuk mengembangkan strategi organisasi. Ini merupakan tugas penting yang melibatkan semua fungsi manajemen dasar perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Manajemen merupakan hal yang penting karena organisasi bersifat kompleks dan beragam. Adapun pengertian manajemen strategi menurut ahli, seperti yang dikatakan Pearce II dan Robinson dalam buku Strategi Manajemen karya Eddy Yunus, ia mengatakan bahwa manajemen strategi adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.<sup>5</sup>

Dalam rangka berdakwah serta mengumpulkan dana ZIS di kala pandemi menggunakan media sosial Instagram. Dengan penelitian ini kita bisa mengetahui bagaimana strategi Lazismu Sragen dalam menyebarkan

---

<sup>5</sup> Eddy Yunus, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2016), hlm. 5

informasi mengenai zakat, infaq dan sedekah serta bagaimana cara mereka mengumpulkan dana dikala pandemi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang diajukan sebagai bahan penulisan proposal skripsi dengan mengambil judul **“Analisis Manajemen Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Zakat, Infaq, dan Sedekah (Studi Pada Followers Instagram @Lazismu\_Sragen)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana analisis manajemen strategi pemanfaatan media sosial instagram sebagai media informasi ZIS di Lazismu sragen ?
2. Sejauhmana dampak pemanfaatan media sosial instagram sebagai media informasi ZIS di Lazismu Sragen ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Menjelaskan bagaimana manajemen strategi pemanfaatan media sosial instagram sebagai media informasi ZIS di Lazismu Sragen
2. Untuk menjelaskan sejauhmana dampak pemanfaatan media

sosial instagram sebagai media informasi ZIS di Lazismu  
Sragen

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi akademisi

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Keefektivitasan penggunaan media sosial instagram sebagai sarana informasi mengenai zakat, infak dan, sedekah.

2. Bagi praktisi

Sebagai sumbangan pemikiran melalui penelitian ilmiah dan menjadi salah satu referensi untuk kajian yang lebih mendalam bagi peneliti selanjutnya.

#### **E. Kerangka Teori**

Berdasarkan pada judul penelitian diatas, penulis akan menjelaskan mengenai pengertian dari kata-kata yang ada pada judul penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Media Sosial

Menurut KBBI berarti proses, cara, perbuatan memanfaatkan.<sup>6</sup>

Dari proses tersebut, maka pemanfatan memberikan makna proses

---

<sup>6</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pemanfaatan>, Diakses pada Tanggal 16 september 2022.

menggunakan media sosial instagram untuk meningkatkan eksistensi lembaga dengan penjabaran dari fungsi media sosial tersebut.

## 2. Zakat

Menurut istilah, zakat merupakan kewajiban yang diperintahkan oleh Allah SWT untuk mengeluarkan sebagian harta (tertentu) dan diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya, dengan kadar dan haul tertentu juga memenuhi syarat dan rukunnya.<sup>7</sup>

## 3. Infaq

Menurut sebagian ulama fiqih, infaq adalah segala macam bentuk pengeluaran (pembelanjaan) baik untuk kepentingan pribadi, keluarga ataupun lainnya. Sedangkan shadaqah adalah segala bentuk pemberian harta dengan niat karena Allah SWT, mencakup dua hal yaitu yang waib (zakat) dan yang sunnah.<sup>8</sup>

## 4. Sedekah

Dalam istilah syariat, kata zakat dan istilah shadaqah kerap

---

<sup>7</sup> Lintang Titian Purbsari, "The Effectiveness Of Zakat, Infaq and Shodaqoh In Indonesia : Using Basic Needs Deficiency Index", *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 7 No. 2, 2020, hlm. 224

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 225

disamakan. Oleh karena itu Imam Mawardi menyatakan, "Kalimat sedekah kadang yang dimaksud adalah zakat dan zakat yang dimaksud adalah sedekah, dua kata yang berbeda, tetapi memiliki substansi yang sama."<sup>9</sup>

## 5. Manajemen Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani "*Stratageta*" (*Stratos*=militer dan *Ag*=memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Secara terminologi, strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi akan melakukan apa pun yang harus dilakukan dalam bisnis, bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya untuk mencapai tujuan. Selanjutnya strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi tersebut. Pengertian lainnya seperti yang diutarakan Craig dan Grant adalah strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya

---

<sup>9</sup> *Ibid.* ,

yang di perlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.<sup>10</sup>

## F. Tinjauan Pustaka

Ditinjau dari judul skripsi yang penulis teliti, untuk menghindari kesamaan yang akan penulis laksanakan berikut akan dipaparkan beberapa karya ilmiah yang relevan dengan judul skripsi yaitu :

*Pertama*, Jurnal *common* Volume 2, Nomer 1,(2018) oleh Mahi M. Hikmat, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD Dalam Persepsi Rakyat Daerah. Eksistensi media sosial dengan beragam bentuk dan cara memberikan peluang besar, baik bagi eksistensi kelembagaan DPRD maupun eksistensi personal anggota DPRD, baik bagi peningkatan citra positif maupun citra negatif DPRD ketika menjalankan fungsi pembuatan peraturan daerah, pengawasan, dan keuangan dalam persepsi rakyat. Strategi pemanfaat media sosial yang efektif bagi DPRD sebagai wakil rakyat adalah strategi persuasif dengan menggunakan model alternatif penyebaran informasi Persuasi Hugh Rank yang lebih menguatkan pelibatan komponen pokok, mengekspose secara intensif ide- ide, peristiwa, kegiatan atau substansi informasi yang bernilai kebaikan dan kelebihan (sisi positif) yang ada pada DPRD serta memainkan, menyamakan,

---

<sup>10</sup> Sofyan Assuari, *Manajemen pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 168

atau menyembunyikan (*downplay*) aspek- aspek sisi negatif.<sup>11</sup> Skripsi yang akan saya teliti, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak media sosial bagi citra DPR, sedangkan penelitian saya untuk mengetahui strategi Lazismu Sragen dalam menghadapi kendala penyebaran informasi di kala pandemi.

*Kedua*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 2, Nomor 1,(2016) oleh Fadly Usman, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya dengan judul Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah menyimpulkan bahwa penggunaan media online sebagai media dakwah Islam merupakan cara yang efektif. Nilai koefisien korelasi antara penggunaan *smartphone* dengan komponen lain adalah  $> 0.71$ . Penggunaan *smartphone* dalam sehari dengan rata-rata penggunaan lebih dari 8 jam adalah 92% bila dikorelasi dengan intensitas penggunaannya dalam mengakses dakwah islam dengan nilai yang sangat tinggi (0.8035) menunjukkan bahwa materi-materi dakwah yang disampaikan melalui media internet sangatlah efektif.<sup>12</sup> Jurnal ini meneliti seberapa efektifnya media sosial untuk mencari informasi, sedangkan skripsi yang saya teliti mencari tau bagaimana strategi Lazismu Sragen dalam berdakwah.

---

<sup>11</sup> Mahi M. Hikmat, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD Dalam Persepsi Rakyat Daerah", *Jurnal common*, Vol. 2, No. 1.

<sup>12</sup> Fadly Usman, "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah", *jurnal ekonomi dan bisnis islam*, vol. 1, No. 1.

*Ketiga*, Syaviera Dena Ananda (2020) fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi universitas islam syarif hidayatullah dengan judul pemanfaatan media online dalam program-program di lembaga zakat inisiatif zakat indonesia menyimpulkan bahwa lembaga penelitian inisiatif zakat indonesia mengikuti perkembangan masa ini. Melalui kemajuan teknologi, IZI memanfaatkan dunia digital untuk memberikan informasi terkait program-program di lembaga agar dapat merubah opini publik mengenai lembaga IZI.<sup>13</sup> Skripsi ini berbeda dengan skripsi yang peneliti ingin teliti karena skripsi ini ingin mengetahui seberapa efektifnya media sosial dalam merubah opini publik terhadap lembaga ZIS, sedangkan skripsi yang peneliti teliti adalah bagaimana strategi dari Lazismu Sragen agar tetap berjalan dikala hambatan yang ada dikala pandemi.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan *field research* yaitu penelitian yang datanya digali melalui pengamatan-pengamatan dan sumber data dilapangan<sup>14</sup>, yang artinya peneliti menggunakan metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif.

---

<sup>13</sup> Syaviera Dena Ananda, “pemanfaatan media online dalam program-program di lembaga zakat inisiatif zakat indonesia”, *skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jakarta, 2020.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 14.

Dengan pendekatan kualitatif karena dimaksudkan untuk memahami fenomena objek penelitian dan memaparkan data-data yang dibutuhkan dalam bentuk deskriptif. Teknik ini merupakan penelitian langsung dilapangan dengan menggunakan wawancara ataupun observasi.<sup>15</sup>

## 2. Waktu dan Tempat Penelitian

### a. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 4 (empat) bulan. Bulan November sampai Desember pengumpulan data dan Januari sampai Februari pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

### b. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Lazismu Sragen.

## 3. Sumber Data

Penelitian lapangan yaitu memaparkan serta menggambarkan keadaan dan fenomena yang lebih jelas mengenai situasi yang terjadi dilapangan, yang digali secara intensif yang disertai dengan analisa dan

---

<sup>15</sup> *Ibid.,*

penyusunan kembali atas semua data dikumpulkan.<sup>16</sup> penelitian ini ada dua macam yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder:

a. Sumber data primer

Sumber data pertama yang dijadikan jawaban dari masalah penelitian.<sup>17</sup> Melakukan pencarian data secara langsung, adapun sumber data pada data primer ini adalah dengan melakukan wawancara kepada bapak Arif selaku ketua dari devisi media Lazismu Sragen.

b. Sumber data sekunder

Dokumentasi atau sumber data yang memberikan penjelasan terhadap sumber data primer seperti buku-buku, artikel, hasil penelitian, makalah, dan lain sebagainya yang relevan dengan permasalahan yang akan dibahas.<sup>18</sup>

Sumber data sekunder adalah buku-buku atau kitab-kitab yang secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan pengelolaan media sosial sebagai salah satu cara menyebarkan datau berdakwah yang dilakukan Lazismu Sragen meliputi Al-Qur'an, hadits, majalah, koran, dan lainnya yang secara langsung maupun tidak langsung membahas mengenai masalah

---

<sup>16</sup> Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi aksara, 1996), hlm. 24

<sup>17</sup> Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Hukum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), hlm. 158

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm.159

yang ingin diteliti, adapun data yang sudah diolah oleh Lazismu Sragen antara lain seperti latar belakang lembaga, sejarah lembaga, struktur organisasi lembaga, kegiatan lembaga, dan beberapa dokumen lain yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial Instagram yang ada di Lazismu Sragen seperti strategi dan pengelolaan media sosial serta hambatan dalam mengelolanya.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Sumber data penelitian kualitatif adalah data dalam bentuk bukan angka. Data dapat berupa teks, dokumen, gambar, foto, artefak, atau obyek-obyek lainnya yang ditemukan dilapangan selama melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif.<sup>19</sup> Dalam memudahkan dalam mengidentifikasi data. Penulis menggunakan teknik seperti berikut:

##### a. Observasi

Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian skripsi ini adalah metode observasi ke lokasi penelitian. Yang dimaksud observasi adalah peneliti melakukan kunjungan atau pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data secara langsung sebab dengan cara demikian peneliti dapat memperoleh data yang baik, utuh dan akurat.<sup>20</sup> Observasi dilakukan dengan cara datang

---

<sup>19</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 223.

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm. 224.

langsung ke lokasi dan mengamati kondisi sosial yang ada pada LAZISMU Sragen.

b. Metode *Interview* (Wawancara)

Wawancara termasuk dalam penelitian kualitatif. Wawancara terjadi ketika peneliti menanyakan satu atau lebih pertanyaan umum, pertanyaan terbuka, dan mencatat jawaban mereka. Peneliti kemudian mentranskripsikan dan mengetik data kedalam file computer untuk dianalisis<sup>21</sup>. Dalam hal ini penulis yang mengajukan pertanyaan kepada Rizki Arif sebagai Manajer Program dan Media di Lazismu Sragen dan beberapa pengikut dari akun sosial media Instagram Lazismu Sragen.

c. Dokumentasi

Sumber informasi yang berharga dan berkualitas dapat berupa dokumen yang terdiri dari music, catatan pribadi, yang diperoleh peneliti kualitatif disebuah situs, dalam sebuah cerita, dan dapat mencakup surat kabar, notulen rapat, data umum pribadi. Dokumentasi merupakan memberikan informasi berharga dalam membantu peneliti memahami fenomena sentral dalam studi kualitatif<sup>22</sup>. Adapun data yang diperoleh dilapangan dapat berupa foto-foto kegiatan wawancara, dan berupa rekaman kegiatan wawancara kepada pegawai LAZISMU Sragen.

---

<sup>21</sup> Jhon W. Creswell, *Education Reseach*, (Garamond : TexTech, 2012), hlm. 217.

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 223

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sentesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jelas. Aktifitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing*.<sup>23</sup>

Analisis data dilakukan secara kualitatif, yaitu menganalisis data yang sudah terkumpul baik melalui wawancara, pengamatan, pemotretan, maupun pencatatan (pemfotokopian) arsip<sup>24</sup>. Analisis data yang digunakan secara kualitatif *Narrative Reseach Designs* yaitu peneliti mendeskripsikan kehidupan individu, mengumpulkan informasi cerita tentang kehidupan masyarakat. Narasi biasanya berfokus pada mempelajari satu orang, mengumpulkan data cerita, melaporkan pengalaman individu, dan mendiskusikan makna pengalaman tersebut bagi individu<sup>25</sup>. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan deskriptif yaitu dengan menjabarkan sejumlah data-data yang

---

<sup>23</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabet), hlm. 244

<sup>24</sup> Mohammad Rokib, *Teologi Bencana Atudi Santri Tanggap Bencana*, (Yogyakarta: Pintar, 2013), hlm.25.

<sup>25</sup> Jhon W. Creswell, *Education Reseach*, (Garamond : TexTech, 2012), hlm. 502.

didapat mengenai masalah yang ada. Kegiatan penelitian yang terpenting adalah pengumpulan data. Menyusun instrument adalah pekerjaan penting didalam langkah penelitian, tetapi pengumpulan data jauh lebih penting lagi.<sup>26</sup> Berikut teknik pengumpulan data :

a. Pengumpulan data melalui metode wawancara

Secara garis besar ada dua macam pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan, yaitu pedoman wawancara terstruktur dan pedoman wawancara yang hanya secara garis besarnya saja.<sup>27</sup> Dalam teknik pengumpulan data ini penulis menggunakan pedoman wawancara yang terstruktur untuk mengumpulkan data dari pegawai LAZISMU Sragen.

b. Pengumpulan data melalui observasi

Metode observasi adalah pengamat. Pengamat harus jeli dalam mengamati suatu kejadian, gerak, atau proses.<sup>28</sup> Dalam teknik pengumpulan data ini penulis datang langsung ke lokasi penelitian yaitu di LAZISMU Sragen

c. Pengumpulan data melalui metode dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen,

---

<sup>26</sup>Sandu Siyoto, M. Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 75.

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm. 76.

<sup>28</sup> *Ibid.*,

lengger, agenda, dan sebagainya<sup>29</sup> Dalam teknik pengumpulan data ini penulis akan mencari dokumen-dokumen penting yang berkaitan dengan informasi terkait LAZISMU Sragen.

## **H. Sistematika Penulisan**

Untuk menjadikan pembahasan dalam penyusunan ini menjadi lebih terarah, maka perlu digunakan sistematika yang dibagi menjadi 5 (lima) bab. Adapun susunannya sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan**, Berisi tentang pengantar secara keseluruhan, sehingga dari bab ini akan diperoleh gambaran umum tentang pembahasan penyusunan skripsi ini. Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, metode penelitian, sistematika penulisan.

**Bab II Teori Manajemen Strategi Pemanfaatan Akun Instagram**, Berisi landasan teori tentang bagaimana zakat infak shadaqah serta bagaimana penyampaian informasi yang diberikan LAZISMU Sragen melalui akun istagram apakah efektif dalam penyebaran informai terhadap zakat infaq shadaaqah.

**Bab III Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Penggunaan Akun Instagram LAZISMU Sragen** Berisi deskripsi data penelitian, yang meliputi lokasi penelitian, narasumber para pegawai LAZISMU Sragen serta deskripsi penggunaan akun instagram dalam menyampaikan suatu informasi.

---

<sup>29</sup>*Ibid.*, hlm. 77.

**Bab IV Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Zakat, Infaq, dan sedekah** Berisi tentang analisis dari penelitian lapangan yaitu terkait penyampaian informasi LAZISMU Sragen menggunakan akun Instagram.

**Bab V Penutup** Bagian akhir bab ini berisikan tentang kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian, selain itu pada bab ini juga berisikan saran dari penulis selama melakukan penelitian.

## **BAB II**

### **ZISWAF DAN PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM**

#### **A. Pemanfaatan**

Pemanfaatan merupakan turunan kata dari kata “manfaat”, yang mendapat imbuhan pen-dan-an yang berarti proses, cara, perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan adalah aktifitas menggunakan proses dan sumber-sumber belajar. Menurut Davis kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan pengguna suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku para pengguna.<sup>1</sup>

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang artinya guna, faedah. Kemudian mendapatkan imbuhan pe-an yang berarti proses, cara, perbuatan, pemanfaatan. Dengan demikian pemanfaatan dapat diartikan suatu cara atau proses dalam memanfaatkan suatu benda atau objek.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Dapertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2015), hlm. 710

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 711

## B. Tujuan pemanfaatan

Dalam pemanfaatan terdapat beberapa koleksi yang mempengaruhi tujuan penggunaan. Menurut Handoko, dari segi pengguna pemanfaatan bahan pustaka di perpustakaan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:<sup>3</sup>

### a. Faktor internal yang meliputi:

- 1) Kebutuhan, yang dimaksud kebutuhan di sini adalah kebutuhan akan informasi
- 2) Motif, merupakan sesuatu yang meliputi semua penggerak, alasan atau dorongan yang menyebabkan ia berbuat sesuatu
- 3) Minat, adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.

### b. Faktor eksternal yang meliputi:<sup>4</sup>

- 1) Kelengkapan koleksi, yaitu banyaknya koleksi yang dimanfaatkan informasinya oleh pemustaka
- 2) Keterampilan pustakawan dalam melayani pengguna, yaitu keterampilan pustakawan dalam melayani pemustaka dilihat dari kecepatakan pustakawan dalam memberikan layanan.
- 3) Keterbatasan fasilitas dalam pencarian kembali yang menjadi fasilitas untuk pencarian informasi karena merupakan sarana akses koleksi perpustakaan.

---

<sup>3</sup> Dimas Riyanto, "Pemanfaatan Perpustakaan," *Skripsi*, Jurusan Pendidikan Olahraga UNY Yogyakarta, Yogyakarta, 2017, hlm. 9

<sup>4</sup> *Ibid.*, hlm. 9

Sedangkan Menurut Hidayat, hal-hal yang mempengaruhi pemanfaatan koleksi yaitu:<sup>5</sup>

1. Frekuensi penggunaan

Setiap pemustaka mempunyai frekuensi penggunaan koleksi yang berbeda. Hal ini tergantung kebutuhan pengguna akan informasi, karena setiap pengguna mempunyai waktu dan kebutuhan yang berbeda.

2. Tujuan pengguna

Setiap pengguna mempunyai tujuan yang berbeda dalam memanfaatkan koleksi perpustakaan. Hal ini disebabkan meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mempengaruhi kebutuhan pengguna akan koleksi elektronik.

3. Kemampuan pengguna dalam menelusur koleksi (informasi)

Dalam penelusuran informasi, pengguna perlu memiliki pengetahuan dalam menggunakan suatu sistem pangkalan data ataupun website yang digunakan untuk menelusur informasi yang dibutuhkan dapat ditemukan secara efektif dan efisien.

4. Peranan pustakawan

Peranan pustakawan adalah kewajiban atau tugas pustakawan dalam pelayanan kepada pengguna perpustakaan dimana salah satu tugasnya adalah memberikan pendidikan, bimbingan, dan kerjasama

---

<sup>5</sup> Aan Prabowo dan Heriyanto, "Analisis Pemanfaatan Buku Elektronik (E-book) Oleh Pemustaka di Perpustakaan SMA Negeri 1 Semarang," *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 2, No. 2, 2013, hlm. 4

kepada pemustaka dalam memilih sumber informasi yang dibutuhkan dan cara penelusurannya.

### C. Media Sosial

Media sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Media sosial merupakan medium digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Media Sosial (*social media*) telah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern saat ini. Diperkirakan, yang akan menjadi tren adalah 3S, yakni, Social, Share dan Speed.<sup>6</sup>

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, wiki, dan jejaring sosial utamanya facebook dan twitter merupakan bentuk media sosial paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan

---

<sup>6</sup> Irwansyah, *The reputation of Communication in Dynamic of Convergence: Reposisi Komunikasi Dalam Dinamika Konvergensi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm.170-171

memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.<sup>7</sup>

Heidi Cohen mengatakan definisi media sosial terus berubah/berkembang seiring dengan perkembangan penggunaan media sosial itu sendiri. Hal ini lantaran didukung oleh fakta bahwa media sosial berkaitan dengan teknologi dan *platform* yang memungkinkan pembuatan konten pada *web* interaktif sehingga terjadinya kolaborasi dan pertukaran pesan secara bebas antara para pengguna. Mengingat sifat dinamis media sosial ini maka Cohen menampilkan beberapa “makna definisi” media sosial sebagai berikut:<sup>8</sup>

1. Media sosial adalah media yang tidak bicara tentang apa yang orang lakukan atau orang katakan tetapi tentang apa yang orang lakukan dan katakan “bersama-sama” tentang sesuatu di dunia dan dipertukarkan ke seluruh dunia, atau yang dapat mengomunikasikan sesuatu pada saat yang sama ke segala arah karena dukungan oleh teknologi digital.
2. Media sosial adalah pergeseran cara kita mendapatkan informasi melalui cara lama-seperti membaca koran sambil minum kopi di pagi hari, menelpon kawan dari rumah-ke komunikasi dengan cara

---

<sup>7</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 51

<sup>8</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Personal*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015), hlm. 288

baru yang di mana kita menciptakan jaringan sosial untuk menemukan orang-orang dengan minat yang sama dan membangun persahabatan dengan mereka.

3. Media sosial adalah media yang mengubah pasar media dari komunikasi monologis menjadi komunikasi dialogis, ini terjadi karena di media sosial menyediakan *platform online* bagi pengguna untuk berpartisipasi aktif secara interaktif. Misalnya setiap orang dapat terhubung dengan individu, kelompok, atau organisasi lain yang mempunyai pengetahuan tertentu. Media sosial membantu orang untuk memahami apa yang orang katakan tentang mereka, produk atau layanan tertentu. Melalui media sosial maka para pengguna dapat berpartisipasi aktif interaktif secara terbuka untuk menyampaikan, menerima dan mendiskusikan ide-ide baru sebagai dasar pembuatan keputusan bisnis yang lebih baik.
4. Media sosial merupakan *platform* yang memungkinkan para pengguna *web* berinteraksi dan berpartisipasi dalam pembuatan konten lalu berkomentar sesuai dengan keberadaan mereka maupun masyarakat umum. Contoh “*Wikipedia*” sebagai media sosial yang dengan teknik komunikasi *web* dan *mobile* sangat mudah diakses dan *scalable* telah mengubah komunikasi menjadi semacam dialog interaktif.
5. Dalam arti luas, media sosial merupakan bentuk *platform online* dimana para pengguna dapat memindahkan konten yang bersumber

dari *WordPress*, *Sharepoint*, *Youtube*, *Facebook*. Dalam artian sempit, media sosial meliputi saluran *user-generated content* yang memandang media sosial sebagai teknologi sosial. Contoh, *Youtube*, *Facebook*, dan *Twitter* adalah media sosial sedangkan *Wordpress*, *Sharepoint*, dan *Lithium* adalah teknologi sosial.

#### **D. Instagram**

Instagram awal mulanya dibentuk oleh perusahaan Burb INC, perusahaan Burb INC adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi dalam membuat aplikasi untuk *gadget*. Di awal mula terbentuknya, perusahaan tersebut hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk *gadget*. Perusahaan itu hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk *gadget*. Instagram juga berawal dari *Programmer* dan sekaligus *CEO* nya yaitu Mike Krieger dan Kevin Systrom, mereka merupakan bagian terpenting di dalam berdirinya *instagram*. Jika tidak ada mereka, maka *instagram* pun tidak ada. *Instagram* didirikan bersama Burb INC di awal tahun 2010 sekitar bulan januari.<sup>9</sup>

*Instagram* bisa disebut dengan media *sharing*. Media sosial ini memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media seperti dokumen, audio, video, gambar dan sebagainya. *Instagram* merupakan media sosial yang

---

<sup>9</sup>Fadli Harisa Ramadhan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram @MR.CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan", *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau, Riau, 2017

saat ini masih tetap banyak diminati oleh para penggunanya, karena memudahkan pengguna untuk mengunggah foto, video pendek, yang bisa disertai dengan tulisan atau keterangan dibawahnya bisa disebut dengan *caption*. Maka dari itu *Instagram* digunakan sebagai media promosi.

#### 1. Keunggulan Instagram

Media sosial adalah sebuah tools online yang mempunyai tujuan akhir untuk digunakan oleh banyak orang (jika bisa semua orang) . Karena bukan tools spesifik, maka semakin mudah cara pemakaiannya. Jika dibandingkan dengan media sosial yang lain Instagram tetap yang paling mudah digunakan. Beberapa keunggulan Instagram adalah sebagai berikut:<sup>10</sup>

##### a. Mudah Dipahami

Inti penggunaan Instagram adalah agar dengan mudahnya semua orang dapat membagikan foto atau gambar kepada orang lain. Seperti halnya musik, gambar adalah bahasa universal yang dengan mudah dapat dipahami. Tidak seperti teks yang membutuhkan waktu membaca untuk memahami konteksnya.

##### b. Waktu Tayang 24 jam

---

<sup>10</sup> Fitri Alam Nasroh, "Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo", *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2020, hlm. 32

Instagram aktif selama 24 jam penuh. Fitur ini terlihat sederhana karena layanan online memang seharusnya berjalan 24 jam penuh. Setiap saat konten yang telah diunggah oleh pengguna akan tetap dinikmati dimana pun mereka berada.<sup>11</sup>

c. Kemudahan penggunaan

Tampilan dan penggunaan Instagram sangat mudah dipahami dibandingkan media sosial lainnya. Kelemahan terbesar software adalah tingkat kompleksitasnya. Semakin banyak fitur yang dimiliki sebuah software, biasanya tampilan akan semakin rumit sehingga pengguna baru akan kewalahan. Cara penggunaan Instagram sangatlah mudah cukup scrool layar untuk melihat foto baru, double tap untuk melakukan like. Tahan foto untuk mengintip secara cepat sangat sederhana dan mudah diingat.<sup>12</sup>

d. Mudah Menyampaikan Hal Baru

Karena gambar bersifat visual atau lebih menonjolkan gambar daripada teks, proses komunikasi untuk menyampaikan produk baru dan konsep unik akan lebih cepat dipahami. Ditambah lagi masyarakat Indonesia mempunyai tingkat keingintahuan yang sangat tinggi tentang suatu hal yang baru.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> *Ibid*

#### e. Perbedaan Dengan Sosial Media Lain

##### 1) Fokus Konten<sup>14</sup>

Perbedaan yang langsung mencolok adalah fokus konten dari Instagram. Dibandingkan dengan facebook, Instagram lebih sedikit menggunakan teks karena Instagram memprioritaskan konten berupa gambar dengan teks.

##### 2) Jumlah Distraksi

Lebih fokus adalah kekuatan Instagram yang tidak dimiliki oleh media sosial yang lain. Instagram dapat diibaratkan sebuah landing page ideal, atau sangat minim dengan distraksi yang mengarahkan pengguna keluar ke tempat lain. Hanya beberapa bagian saja yang mengarahkan pengguna keluar dari Instagram. Tombol-tombol yang mengarahkan pengguna untuk melakukan kontak ke akun Instagram yang bersangkutan (mengirim email, telepon, dan membuka peta).<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, hlm. 33

<sup>15</sup> *Ibid.*

## f. Fitur-fitur Instagram<sup>16</sup>

### 1) *Home Page*

*Home Page* adalah halaman utama yang menampilkan foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto yang dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

### 2) *Comments*

Fitur komentar adalah fitur yang hampir selalu ada di setiap akun jejaring sosial, sehingga Instagram juga menyediakan fitur ini.<sup>17</sup> Cara menggunakannya adalah dengan menekan ikon bertanda balon komentar dibawah foto kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto-foto pada kotak yang telah disediakan setelah itu tekan tombol send.

### 3) *Explore*

*Explore* merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia

---

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> *Ibid.*

untuk menentukan foto mana yang akan dimasukkan dalam foto *explore feed*.<sup>18</sup>

#### 4) *Profil*

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik dari pengguna maupun sesama pengguna lainnya.<sup>19</sup> Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload jumlah *Followers* dan jumlah *Following*.

#### 5) *News Feed*

*News Feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News Feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*” . Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 34

<sup>19</sup> *Ibid.*,

Adapun beberapa fitur-fitur di dalam media sosial *Instagram* yang dapat membantu memberikan makna informasi pada foto yang diunggah oleh pemilik akun, yaitu :<sup>20</sup>

- a) Judul Foto atau *Caption*
- b) Judul foto atau *caption* foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna lainnya.
- c) *Hashtag*

*Hashtag* adalah simbol bertanda pagar (#) yang difungsikan untuk menggolongkan tema atau topik yang lebih spesifik dalam sosial media, *hashtag* juga mempermudah orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan. Dalam dunia *digital*, khususnya konten *digital marketing* pada sosial media, *hashtag* digunakan untuk mengelompokkan tema atau informasi produk agar orang lain atau *customer* dapat menemukan informasi yang anda sampaikan pada sebuah artikel dengan *hashtag* tertentu.

*Hashtag* adalah simbol bertanda pagar (#) yang difungsikan untuk menggolongkan tema atau topik yang lebih spesifik dalam sosial media, *hashtag* juga

---

<sup>20</sup> Ibid., hlm. 35

mempermudah orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan. Dalam dunia *digital*, khususnya konten *digital marketing* pada sosial media, *hashtag* digunakan untuk mengelompokkan tema atau informasi produk agar orang lain atau *customer* dapat menemukan informasi yang anda sampaikan pada sebuah artikel dengan *hashtag* tertentu.<sup>21</sup>

d) *Geotag* (Lokasi)

Fitur ini menampilkan lokasi pengambilan gambar oleh pengguna. Meski disebut sebagai layanan foto *sharing*, tetapi *instagram* merupakan jejaring sosial. Karena pengguna dapat berinteraksi dengan sesama pengguna.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> *Ibid.*

<sup>22</sup> *Ibid.*

## E. Informasi

Informasi adalah pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu. *News is information*. Berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schramm, informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastian.<sup>1</sup> Setiap hari, setiap kota memproduksi ratusan ribu dan bahkan jutaan informasi. Bila 200 kota lebih yang terdapat diseluruh Indonesia digabung, maka dipastikan terdapat miliaran informasi hanya dalam satu hari. Tetapi dalam perspektif sosio-jurnalistik, dari sekian banyak informasi atau yang nyaris tak terhingga itu, hanya sebagian kecil saja atau sedikit sekali yang dilaporkan media massa. Apa arti dan maknanya? Tidak setiap informasi mengandung dan memiliki nilai berita. Setiap informasi yang tidak memiliki nilai berita, menurut pandangan jurnalistik tidak layak untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan media massa. Hanya informasi yang memiliki nilai berita, atau member banyak manfaat kepada public yang patut mendapat perhatian media.

Informasi adalah sumber daya. Informasi mempunyai nilai, dan informasi memungkinkan orang untuk melakukan hal-hal yang tidak dapat mereka laksanakan tanpa adanya informasi tersebut. Pepatah lama menyatakan bahwa pengetahuan adalah kekuasaan, dan ini berarti bahwa pengetahuan memberi orang kemampuan untuk melakukan hal-hal dan memanfaatkan peluang- peluang. Informasi

---

<sup>1</sup> AS Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesian Menulis Berita dan Feature*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), hlm. 86

adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang lebih berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam proses pengambilan keputusan baik saat ini maupun saat yang akan datang. Informasi dapat menggambarkan kejadian-kejadian nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Sumber dari informasi adalah data yang dapat berbentuk huruf, simbol, alfabet, dan lain sebagainya. Informasi adalah pesan atau kabar yang terkandung dalam sebuah berita atau tulisan yang dipublikasikan atau disiarkan media massa.<sup>2</sup>

Banyak teori yang membahas masalah kebutuhan seseorang akan informasi. Sebenarnya, bukan hanya informasi saja yang dibutuhkan oleh orang, melainkan banyak variasinya, seperti yang diperlihatkan oleh teori kebutuhan berangkat dari Maslow, dimulai dari tahap kebutuhan yang paling dasar sampai kepada tingkat kebutuhan yang paling tinggi, yakni :<sup>3</sup>

- a. Kebutuhan fisiologis, misalnya rasa haus dan lapar
- b. Kebutuhan akan rasa aman, misalnya rasa aman dari gangguan atau ancaman
- c. Kebutuhan akan rasa cinta dan memiliki
- d. Kebutuhan akan rasa harga diri, seperti prestise, keberhasilan, serta respek pribadi

---

<sup>2</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), hlm. 58

<sup>3</sup> Warner J. Severin dan James W. Tankard, Jr., *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan Di dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm.293

e. Kebutuhan akan aktualisasi diri, seperti hasrat untuk mandiri

Timbulnya kebutuhan seseorang tetap dipengaruhi oleh kondisi fisiologis, dikaitkan dengan lingkungan yang merangsang timbulnya kebutuhan tersebut, khususnya yang berhubungan dengan seseorang yang dihadapkan pada berbagai media penampung informasi, maka ada banyak kebutuhan yang bisa dikemukakan, antara lain seperti yang diusulkan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas adalah sebagai berikut:<sup>4</sup>

1. *Kebutuhan kognitif*

Ini berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintauan dan penyelidikan seseorang.

2. *Kebutuhan afektif*

Kebutuhan ini dikaitkan dengan pengetahuan estetis, hal yang dapat menyenangkan, dan pengalaman-pengalaman emosional. Dalam hal ini, berbagai media dalam hal ini sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan, misalnya orang membeli melepaskan radio, televisi, dan menonton film, tidak lain karena mencari hiburan.

---

<sup>4</sup> Pawit M. Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 205

3. *Kebutuhan integrasi personal (personal integrative needs)*

Ini dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri.

4. *Kebutuhan integrasi sosial (social integrative needs)*

Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.

5. *Kebutuhan berkhayal (escapist needs)*

Ini dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan dan pengalihan.<sup>5</sup>

## **F. Zakat**

1. Pengertian zakat

Zakat adalah hak Allah yang dikeluarkan oleh manusia untuk orang-orang miskin. Dinamakan zakat karena adanya harapan keberkahan, pembersihan jiwa dan pengembangan jiwa dengan berbagai kebaikan. Zakat sebagai bentuk ibadah bisa sah karena disertai niat. Oleh karena itu, ketika akan mengeluarkan zakat, para pemilik harta harus berniat menunaikan zakat atau shadaqah.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> Supiana, *Materi Pendidikan Agama Islam*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2003), hlm.

Zakat adalah salah satu rukun diantara rukun-rukun Islam. Zakat hukumnya wajib berdasarkan Al-Qur'an, zakat disebut-sebut secara langsung sesudah shalat dalam delapan puluh dua ayat. Ini menunjukkan betapa pentingnya zakat , sebagaimana sholat. Zakat wajib di ambil dari orang kaya yang beragama Islam dan kemudian di bagikan menurut peraturan yang ada untuk orang fakir yang beragama Islam.<sup>7</sup>

Berdasarkan pengertian zakat di atas di simpulkan bahwa Zakat merupakan sebutan bagi suatu hak Allah yang dikeluarkan seseorang kepada orang-orang tertentu dengan syarakat-syarat tertentu. Dinamakan zakat karena didalamnya terkandung harapan untuk memperoleh berkah, membersihkan jiwa, dan memupuknya dengan berbagai kebajikan.kata zakat sendiri, secara etimologis, berarti tumbuh (*Al-numuw*), bertambah banyak mengandung berkah, juga suci (*thaharah*). Zakat termasuk salah satu rukun Islam yang sering disebut beriringan dengan shalat dalam 82 ayat Al-Qur'an.

## 2. Dasar Hukum Zakat

### a. Al Quran

وَأَقِمْو الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

---

<sup>7</sup> Hasan ayyub, *fikih ibadah*,(Jakarta:Pustaka AL-Kausar,2004), hlm.502

Artinya : "*Dan dirikanlah Shalat, tunaikanlah zakat dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk*".<sup>8</sup>

#### b. Sunnah

أَمَرْتُ أَنْ أُقَاتِلَ النَّسَّ حَتَّى يَشْهَدُوا أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَيُتِمُّوا الصَّلَاةَ

وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ. فَإِذَا فَعَلُوا ذَلِكَ عَصَمُوا مِنِّي دِمَاءَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ إِلَّا بِحَقِّ الْإِسْلَامِ

وَحِسَابُهُمْ عَلَى اللَّهِ

Artinya : "*Saya diperintahkan memerangi manusia sampai mereka bersaksi bahwa tiada tuhan yang harus diimban selain Allah, dan bahwa Muhammad adalah Rasulullah dan mendirikan shalat, serta mengeluarkan zakat. Apabila mereka melaksanakan semuanya itu, maka mereka telah memelihara darah dan hartanya dari padaku, kecuali dengan hak islam, maka perhitungan mereka terserah kepada Allah.*"<sup>9</sup>

### 3. Macam-macam Zakat

#### a. Zakat Nafs (Jiwa)

Zakat jiwa yang dinamai juga dengan zakat fitrah (zakat yang dikeluarkan berkenaan dengan telah selesainya mengerjakan puasa Ramadhan. Pembagiannya diprioritaskan untuk fakir dan miskin karena

---

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, Al Quran dan Terjemahannya, Jakarta : Yayasan Penyelenggaraan Peterjemah Al Quran, 1986, hlm. 7

<sup>9</sup> Ensiklopedia islam Al kamil, Syaikh Muhammad Bin Ibrahim Abdullah At-Tuwaijiri, :Darus Sunnah, Cet. 23, Jakarta, 2015

maksud utamanya adalah untuk membantu fakir dan miskin pada hari lebaran, zakat fitrah dikeluarkan untuk per orang/ jiwa sebanyak 2,5 kg atau 3,5 liter atau boleh diganti dengan uang senilai 2,5 kg beras.<sup>10</sup>

b. Zakat *Mal* ( Zakat Harta)

Zakat *mal* (zakat harta), yaitu zakat emas, perak, binatang, tumbuh-tumbuhan (buah-buahan dan biji-bijian, dan barang perniagaan.

1) Harta yang wajib di zakati

a) Emas dan perak

Zakat ini menggunakan nishab, yakni batas minimal banyak atau nilai. Nishab simpanan emas 90 gram sedangkan nishab perak 600 gram. Adapun uang yang merupakan alat tukar yang diperhitungkan zakat. Zakat simpanan menggunakan sistem haul, yaitu simpanan selama setahun hijriyah penuh. Zakat emas, perak dan uang simpanan besarnya 2,5%. Batasan *nishab* emas dan perak tersebut di atas, ialah emas dan perak murni (24 karat), dengan demikian, apabila seseorang memiliki emas yang tidak murni, misalnya emas 18 karat, maka *nishabnya* harus disesuaikan dengan *nishab* emas yang murni (24 karat), yaitu dengan cara membandingkan harga jualnya, atau dengan

---

<sup>10</sup> Margiono, Junaidi Anwar, Latifah, *Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: Yudhistira, 2007), hlm. 174

bertanya kepada toko emas, atau ahli emas, tentang kadar emas yang ia miliki.<sup>11</sup>

b) Hasil dagangan dan perusahaan

Adapun harta kekayaan hasil perdagangan wajib dizakati dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>12</sup>

- i. Berjalan 1 tahun (*haul*)
- ii. *Nishab* zakat perdagangan sama dengan *nishab* emas yaitu senilai 85 gram emas
- iii. Kadarnya sebesar 2,5%
- iv. Dapat dibayar dengan uang atau barang
- v. Dikenakan pada perdagangan maupun perseroan  
Perhitungan = (Modal diputar + Keuntungan + Piutang yang dapat dicairkan) – (Utang + Kerugian) x 2,5%.

Pada zakat perusahaan dikeluarkan zakatnya dapat dengan memilih di antara 2 (dua) cara:<sup>13</sup>

- i. Pada perhitungan tutup akhir tahun (tutup buku), seluruh harta kekayaan perusahaan dihitung, termasuk barang (harta) penghasil jasa, seperti taksi, kapal, hotel, dll, kemudian dikeluarkan zakatnya 2,5%.

---

<sup>11</sup> Imam Mustafa, *Ijtihad Kontemporer Menuju Fiqih Kontekstual*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013), hlm. 38

<sup>12</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam (Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional)*, Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2005), hlm. 34.

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm. 35

- ii. Pada perhitungan akhir tahun (tutup buku), hanya dihitung dari hasil bersih yang diperoleh usaha tersebut selama satu tahun, kemudian zakatnya dikeluarkan 10%. Hal ini diqiyaskan dengan perhitungan zakat hasil pertanian, dimana perhitungan zakatnya hanya didasarkan pada hasil pertaniannya, tidak dihitung harga tanahnya.

c) Hasil Pertanian, Perkebunan, dan Perikanan

Hasil pertanian adalah hasil tumbuh-tumbuhan atau tanaman yang bernilai ekonomis. Syarat-syarat pelaksanaan zakat pertanian:<sup>14</sup>

- i. Hasil pertanian tersebut ditanam oleh manusia. Jika hasil pertanian itu tumbuh sendiri karena perantara air atau udara maka tidak wajib dizakati
- ii. Hasil pertanian tersebut merupakan jenis makanan pokok manusia yang dapat disimpan, dan jika disimpan tidak rusak
- iii. Sudah mencapai *nishab*.

Kadar zakat hasil pertanian yang wajib dikeluarkan:<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 36

- i. Hasil perairan yang diairi dengan menggunakan tenaga hewan/manusia/mesin yang mengangkut air dari sungai, atau sumur, maka zakatnya adalah 5%
- ii. Hasil pertanian yang diairi dengan irigasi alami atau air hujan zakatnya adalah 10%, sebab tidak menanggung beban kelelahan maupun biaya pengairan.
- iii. Hasil pertanian yang tanahnya diairi dengan mesin penyedot dan penyiram air atau dengan menggunakan tenaga hewan/manusia/mesin, maka zakatnya 5%.

Pada zakat hasil perkebunan yaitu hasil bumi dan buah-buahan, ketentuannya adalah sebagai berikut:<sup>16</sup>

- i. Jika tanaman atau buah-buahan yang dihasilkan dari tanah sewaan, maka zakatnya wajib dibayar oleh pemilik tanah, bukan oleh penyewa, setelah mencapai *haul* dan digabungkan dengan harta yang lain, dikeluarkan zakatnya 2,5%.
- ii. Jika tanaman dan buah-buahan itu dihasilkan dari kontrak *muzara'ah* atau *musaqah*, maka zakatnya

---

<sup>16</sup> *Ibid.*

diwajibkan atas kedua belah pihak sesuai dengan presentasi masing-masing, setelah mencapai *nishab*.

Perhitungan *nishab*, kadar dan waktu hasil pertanian adalah 5 *wasaq* atau setara dengan 750 kg. Kadar zakat untuk hasil pertanian, apabila diairi dengan air hujan/sungai/mata air, maka kadar zakatnya 10%, apabila diairi dengan disiram/irigasi (ada biaya tambahan) maka zakatnya 5%. Pada zakat hasil perikanan, dicontohkan dengan seorang nelayan yang menangkap ikan di laut, kemudian dijual, maka seperti zakat niaga, wajib mengeluarkan zakatnya sebesar 2,5 %.<sup>17</sup>

d) Hasil Tambang ( *Zakat Madin* )

Beberapa pendapat ulama mengenai zakat *ma'adin*:<sup>18</sup>

- i. Imam *Asy-Syai'fi* berpendapat bahwa pada barang tambang tidak ada zakat sma sekali kecuali barang tambang itu emas dan perak yang sudah mencapai nisab lalu disimpan selama setahun perhitungan hijriyyah, barulah terkena dengan kewajiban zakat emas dan perak simpanan. Dan ini menjadi fatwa *Al-Laits bin Sa'ad*.
- ii. *Abu Hanifah* dan kawan-kawan berpendapat bahwa yang diambil dari ma'din seperti emas, perak, besi, timah, tembaga zakatnya khusus (20 persen). Adapun yang

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 37

<sup>18</sup> *Ibid.*

berupa emas dan perak, setelah dikeluarkan zakatnya 20% itu lalu disimpan selama setahun dan sampai nishab dizakati lagi setiap tahunnya 2,5% sebagai zakat emas dan perak simpanan.

- iii. Zakat An'am (Binatang Ternak). Binatang ternak yang wajib dikeluarkan zakatnya meliputi unta, sapi, kerbau, dan kambing.<sup>19</sup>

Bahwa zakat itu diambil dari harta yang ada kelebihannya (di atas batas cukup) dan zakat hewan disyaratkan yang bersifat peternakan, karena dengan ditenakkan itu bisa berkembang dan mendapatkan keuntungan. Itulah sebabnya, disyaratkan dalam masa satu tahun (haul).<sup>20</sup>

- e) Hasil Penghasilan (Pendapatan Profesi) dan Jasa

Dalam hal ini zakat yang dikeluarkan adalah dari hasil pendapatan atau penghasilan profesi bila telah mencapai *nishab*. Ketentuan untuk hasil pendapatan profesi:<sup>21</sup>

- i. Pendapatan yang merupakan hasil kerja *mudharabah* kadar zakatnya 2,5%

---

<sup>19</sup> Margiono, Junaidi Anwar, Latifah, *Pendidikan Agama Islam 1*, (Jakarta: Yudhistira, 2007), hlm. 175.

<sup>20</sup>Ibid., hlm. 564

<sup>21</sup> Syauqi ismail syahhatih, *Penerapan Zakat Dalam Bisnis Modern*, (Bandung :CV Pustaka Setia, 2007), hlm. 277

- ii. Gaji profesi keahlian seperti dokter, insinyur, penjahit, dsb. zakatnya sebesar 10%
- iii. Penghasilan dari profesi seperti pelayan toko, kuli dll. tidak perlu dizakati ketika memperoleh, tapi ditunggu sampai mencapai *nishab*, dengan kadar 2,5%.

f) Harta *Rikaz* (zakat Harta Terpendam)

Apabila kita menemukan harta terpendam seperti emas dan perak, maka wajib mengeluarkan zakatnya 1/5 (20%). Zakat rikaz tidak disyaratkan harus dimiliki selama satu tahun. Selain menurut Imam Maliki, Imam Abu Hanifah, dan Imam Ahmad serta yang berpendapat harus sampai nisabnya baru dikeluarkan zakatnya.<sup>22</sup>

1. Rukun Zakat

Rukun zakat ialah mengeluarkan sebagian dari nishab (harta), dengan melepaskan kepemilikan terhadapnya, menjadikannya sebagai milik orang fakir dan menyerahkannya kepadanya atau diserahkan kepada wakilnya: yaitu imam atau orang yang ditugaskan untuk memungut zakat.<sup>23</sup>

2. Syarat Zakat

Adapun syarat-syarat zakat sebagai berikut:<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Margiono, Junaidi Anwar, Latifah, *Pendidikan Agama Islam 1*, (Jakarta: Yudhistira,2007), hlm. 174

<sup>23</sup> Wahbah Al-Zuhayly, *Zakat (Kajian berbagai Mazhab)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,2008), hlm. 97.

<sup>24</sup> *Ibid.*

- a. Merdeka
- b. Islam
- c. baligh dan Berakal
- d. Harta yang dikeluarkan adalah harta yang wajib dizakati
- e. Harta yang dizakati telah mencapai nishab atau senilai dengannya
- f. Harta yang dizakati adalah milik penuh Kepemilikan harta telah mencapai setahun, menurut hitungan tahun qamariyah

### 3. Fungsi Zakat

Fungsi zakat Adalah membersihkan harta kekayaan atau aset yang dimiliki oleh setiap muslim, sehingga harta yang dimiliki menjadi bersih, suci dan berkah.<sup>25</sup>

### 4. Prinsip Zakat

Adapun prinsip-prinsip zakat sebagai berikut:<sup>26</sup>

#### a. Keimanan

Zakat sebagai sarana ibadah kepada Allah swt yang berfungsi mendekatkan diri kepada-Nya. Makin taat manusia menjalankan perintahnya maka semakin dekat dengan Allah, karena itu zakat sebagai salah satu rukun Islam yang sama pentingnya dengan rukun islam lainnya.

#### b. Pemerataan dan keadilan

---

<sup>25</sup> Wahbah Al-Zuhayly, *Zakat (Kajian berbagai Mazhab)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,2008), hlm. 97

<sup>26</sup> *Ibid.*

Prinsip ini mengajarkan membagi lebih adil harta yang telah diberikan Allah pada umatnya.

c. Produktivitas satu tahun

Prinsip ini menekankan bahwa zakat harus dibayarkan karena telah menghasilkan satu tahun yang merupakan ukuran normal memperoleh hasil tertentu.

5. Harta Benda yang Wajib Dikeluarkan Zakatnya

Para ulama sepakat bahwa harta yang wajib dizakati adalah:<sup>27</sup>

- a. Barang tambang dan barang temuan
- b. Harta Peniagaan.
- c. Dua jenis logam, yaitu emas dan perak yang bukan untuk perhiasan.
- d. Tiga jenis hewan, yaitu unta, sapi dan kambing.
- e. Dua jenis tanaman biji, yaitu jaung (padi) dan gandum.
- f. Dua jenis buah-buahan, yaitu kurma dan anggur

6. Pengelolaan Zakat

Orang yang Berhak Menerima Zakat. Orang yang berhak menerima zakat antara lain :<sup>28</sup>

- a. Bagi Fakir dan miskin, jika memiliki potensi usaha maka dana zakat dapat diberikan untuk:
  - 1) Pinjaman modal usaha agar usaha yang ada dapat berkembang.

---

<sup>27</sup> Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid*, (Jakarta: Pustaka Amani, 2002), hlm. 561

<sup>28</sup> Ruslan Abdul Ghofur, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Ekonomi di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 108

- 2) Membangun sarana pertanian dan perindustrian untuk mereka yang tidak mendapatkan pekerjaan.
  - 3) Membangun sarana-sarana pendidikan dan latihan untuk mendidik mereka agar terampil dan terentas dari kemiskinan.
- b. Zakat bagi amil dialokasikan untuk:<sup>29</sup>
- 1) Mendarmakan hidupnya untuk kepentingan umat.
  - 2) Mengembangkan lembaga-lembaga zakat dan melatih amil agar lebih profesional.
- c. Untuk golongan muallaf, zakat dapat diberikan pada beberapa kriteria:<sup>30</sup>
- 1) Membantu kehidupan muallaf karena kemungkinan mereka mengalami kesulitan ekonomi karena berpindah agama.
  - 2) Menyediakan sarana dan dana untuk membantu orang-orang yang terjebak pada tindakan kejahatan, asusila dan obat-obatan terlarang.
  - 3) Membantu terciptanya sarana rehabilitasi kemanusiaan lainnya.
- d. Dana zakat bagi golongan *riqab* (budak) saat ini dapat dialokasikan untuk:<sup>31</sup>
- 1) Membebaskan masyarakat muslim yang tertindas sehingga sulit untuk mengembangkan diri terutama di daerah-daerah minoritas dan konflik.

---

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm.109.

<sup>31</sup> *Ibid.*

- 2) Membantu membebaskan buruh-buruh dari majikan yang zalim, dalam hal ini membantu dalam biaya maupun mendirikan lembaga advokasi para TKW/TKI yang menjadi korban kekerasan.
  - 3) Membantu membebaskan mereka yang menjadi korban trafiking sehingga PSK, dan pekerja dibawah umur yang terkait kontrak dengan majikan.
- c. Dana zakat untuk golongan *gharimin* (orang yang berhutang) dapat dialokasikan untuk:<sup>32</sup>
- 1) Membebaskan utang yang terlilit utang oleh renternir.
  - 2) Membebaskan para pedagang dari utang modal para bank titil di pasar-pasar tradisional yang bunganya memcekik.
- d. Pada golongan *fi sabilillah*, dana zakat dapat dialokasikan untuk:<sup>33</sup>
- 1) Membantu pembiayaan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia.
  - 2) Membantu para guru agama/umum yang ada di daerah-daerah terpencil dengan penghasilan yang minus.
  - 3) Membantu pembiayaan pemerintah dalam mempertahankan kedaulatan negara dari gangguan asing.
- e. Zakat untuk golongan *ibn Sabil* dapat dialokasikan untuk:<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> *Ibid.*, hlm. 110

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> *Ibid.*

- 1) membantu para pelajar/mahasiswa yang tidak mampu untuk membiayai pendidikannya terutama pada kondisi saat ini, dimana pendidikan menjadi mahal dan cenderung kearah komersial.
- 2) Menyediakan bantuan bagi korban bencana alam dan bencana lainnya.
- 3) Menyediakan dana bagi musafir yang kehabisan bekal, ini sering terjadi ketika mereka terkena musibah diperjalanan seperti kehilangan bekal, penipuan, perampokan dan lain sebagainya.

### **G. Infaq**

Infaq berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Menurut terminologi syariat, infaq berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintah Islam. jika zakat ada nisabnya, infaq tidak mengenal nishab.<sup>35</sup> Infaq dikeluarkan setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah, apakah ia di saat lapang maupun sempit. Mengeluarkan sebagian harta untuk sesuatu kepentingan yang diperintahkan oleh Allah SWT seperti menginfakkan harta untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Adapun dasar hukum infaq yaitu pada surat Al Munafiqun ayat 10, yang berbunyi :

---

<sup>35</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2013), hlm. 217

وَأَنْفِقُوا مِنْ مَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ أَحَدَكُمُ الْمَوْتُ فَيَقُولَ رَبِّ

لَوْلَا أَخَّرْتَنِي إِلَىٰ أَحْسَلٍ قَرِيبٍ فَأَصَّدَّقَ وَأَكُنُ مِنَ الصَّالِحِينَ

*Artinya : "Dan infakkanlah sebagian dari apa yang telah Kami berikan kepadamu sebelum kematian datang kepada salah seorang di antara kamu, lalu dia berkata (menyesali), "Ya Tuhanku, sekiranya Engkau berkenan menunda (kematian)ku sedikit waktu lagi, maka aku dapat bersedekah dan aku akan termasuk orang-orang yang saleh".<sup>36</sup>*

Serta hadist mengenai infak :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ وَسَلَّمَ دِينَارًا أَنْفَقْتُهُ فِي سَبِيلِ

اللَّهِ وَدِينَارًا أَنْفَقْتُهُ فِي رَقَبَةٍ وَدِينَارًا صَدَقْتَب بِهِ عَلَىٰ مِسْكِينٍ وَدِينَارًا أَنْفَقْتُهُ

عَلَىٰ أَهْلِيكَ أَعْظَمُهَا أَجْرًا الَّذِي أَنْفَقْتُهُ عَلَىٰ أَهْلِيكَ

*Artinya : "Dari Abu Hurairah, ia berkata, "Rasulullah Saw. Telah bersabda, Dinar yang engkau infakkan di sabilillah, dinar yang engkau infakkan dalam membebaskan hamba sahaya, dinar yang engkau infakkan dalam membebaskan hambasahaya, dinar yang engkau sedekahkan kepada miskin, dan dinar yang engkau nafkahkan kepada istrimu dan keluargamu yang paling besar pahalanya adalah yang engkau nafkahkan kepada istri dan keluarga".<sup>37</sup>*

*Infaq* merupakan sumbangan yang diberikan seorang pemimpin karena rekomendasi eksternal, yaitu rekomendasi pemimpin muslim. Infaq

---

<sup>36</sup> Shohibul Maiom, Resepsi Atas hadis Bacaan Salat Jumat Di Masjid UIN Sunan Kali Jaga Oleh Robert Nasrullah, *Living Islam" Journal Of Islamick Discourses*, Vol. 3, No. 1 (Juni 2020)

<sup>37</sup> Taufiqur Rohman, "Konsep Sedekah dalam Al Quran Surat Al Baqarah Ayat 271 Menurut Tafsir Al Munir Karya Wahbah Az Zuhaili", *Skripsi*, 2016, hal. 20.

ada yang wajib ada yang sunnah. *Infaq* yang wajib diantaranya *zakat*, *kafarat*, *nazar*. Infaq yang sunnah di antaranya infak kepada fakir miskin sesama muslim, infak bencana alam dan lainnya.<sup>38</sup>

Infaq di artikan sebagai mengeluarkan harta di jalan Allah. Infaq merupakan sumbangan yang diberikan seorang muslim karena rekomendasi eksternal, yaitu rekomendasi pemimpin muslim. Infaq adalah Penyerahan harta untuk kebajikan.<sup>39</sup> Berdasarkan pengertian di atas, maka setiap pengorbanan(pembelajaan) harta dan semacamnya pada kebaikan disebut al-infaq. Dalam infaq tidak di tetapkan bentuk dan waktunya, demikian pula dengan besar atau kecil jumlahnya. Tetapi infaq biasanya identik dengan harta atau sesuatu yang memiliki nilai barang yang di korbakan. Infaq adalah jenis kebaikan yang bersifat umum, berbeda dengan zakat. Jika seseorang ber-infaq, maka kebaikan akan kembali pada dirinya, tetapi jika ia tidak melakukan hal itu, maka tidak akan jatuh kepada dosa, sebagaimana orang yang telah memenuhi syarat untuk berzakat, tetapi ia tidak melaksanakannya.

## H. Sadhaqah

### 1. Pengertian Shadaqah

Shadaqah secara bahasa berasal dari kata *shadaqa*, *yashduqu*, *shadaqatan* yang berarti membenaran. Secara istilah adalah mengeluarkan harta di jalan Allah SWT sebagai membenaran terhadap

---

<sup>38</sup> Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2007), hlm.153

<sup>39</sup> Hasbiyallah, *Fiqh dan Ushul Fiqh*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 246

ajaran-ajaran Allah SWT. Shadaqah berasal dari kata sidqun yang berarti benar dalam hubungannya dengan antara perkataan, keyakinan dan perbuatan. Zakat juga di sebut shadaqah karena salah satu tujuan dari zakat adalah mendekatkan diri pada Allah swt sebagai implementasi dari keyakinan terhadap tuhan. Dengan demikian zakat merupakan shadaqah wajib yang diwajibkan bagi orang muslim yang mempunyai harta satu nisab.<sup>40</sup>

Shadaqah akan menambah harta seseorang karena berkah, terhindar dari kerugian, digantikan dengan yang lebih baik dan lebih bermanfaat.<sup>41</sup> Shadaqah dibolehkan pada setiap waktu dan disunnahkan berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah.<sup>42</sup> Adapun salah satu ayat Al Quran yang menerangkan mengenai shadaqah yaitu surat Al Baqarah ayat 276 yang berbunyi :

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

*Artinya : “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan bergelimang dosa”.*<sup>43</sup>

Berikut juga terdapat hadist dari shadaqoh:

---

<sup>40</sup> Hasbiyallah, *Fiqh dan Ushul Fiqh*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 246

<sup>41</sup> Adnan Ath-Tharsyah, *Anda dan Harta*, (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2004), hlm. 111

<sup>42</sup> Rahmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung:Pustaka Setia,2001), hlm. 249

<sup>43</sup> Ahmad Irsal, *Prespektif Al-Quran Tentang Kriteria Aktivitas Ekonomi Yang Diridhoi Allah*, *Skripsi Tidak Diterbitkan*, hlm. 48

مَنْ تَصَدَّقَ بِعَدْلِ تَمْرَةٍ مِنْ كَسْبٍ طَيِّبٍ وَلَا يَقْبَلُ اللَّهُ إِلَّا الطَّيِّبَ وَإِنَّ اللَّهَ يَتَقَبَّلُهَا

بِإِمِينِهِ ثُمَّ يُرِيهَا لِصَاحِبِهَا كَمَا يُرِيّ أَحَدُكُمْ فُلُوهُ حَتَّى تَكُونَ مِثْلَ الْجَبَلِ

Artinya : "Barangsiapa yang bersedekah dengan sebutir kurma hasil dari usahanya sendiri yang baik, sedangkan Allah tidak menerima kecuali yang baik saja, maka sungguh Allah akan menerimanya dengan tangan kanan-Nya lalu mengembangkannya untuk pemiliknya sebagaimana seseorang merawat anak kudanya hingga ia menjadi seperti gunung yang besar".<sup>44</sup>

Beberapa hal yang dapat membatalkan Shadaqah yaitu *al-man* (mengungkit-ungkit), *al-aza* (menyakiti) melakukan Shadaqah, namun dengan Shadaqah ia menyakiti orang yang menerimanya, dan *ria* (memperlihatkan) memamerkan kepada orang lain bahwa ia ber Shadaqah.<sup>45</sup>

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa shadaqah memiliki cakupan objek yang lebih umum dan lebih luas dibandingkan dengan objek infaq, bahkan zakat yang hanya terbatas pada harta benda-kekayaan, khususnya uang. Sedangkan shadaqah disamping meliputi harta termasuk uang, juga bisa meliputi hal-hal yang bersifat nonharta, misalnya tutur kata yang baik, senyuman yang tulus, dan yang lainnya bisa digolongkan ke dalam shadaqah.

---

<sup>44</sup> Yusuf Qardhawi, *Shadaqah Cara Islam Mengetaskan Kemiskinan*, terj. Dadang Sobar (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 177

<sup>45</sup> Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 121

## 2. Jenis-jenis Shadaqah

Shadaqah sendiri memiliki pengertian yang luas, di mana terbagi menjadi 2 (dua) yang bersifat materil dan fisik (*tangible*) serta yang bersifat non fisik (*intangible*).<sup>46</sup> Shadaqah terbagi menjadi *fardhul* wajib dan sunnah.<sup>47</sup>

a. *Fardhu a''in*/wajib, terdiri dari:

- 1) *Fardhu ain*/diri adalah zakat yang terdiri dari zakat fitrah (zakat yang diperuntukkann atas diri atau jiwa) dan zakat maal (zakat yang berlaku atas harta manusia).
- 2) *Fardhu kifayah* ialah infaq.

b. Sunnah, terdiri dari :<sup>48</sup>

- 1) Tasbih, tasmid, tahlil dan takbir.
- 2) Senyum, tenaga untuk bekerja, membuang duri dari jalan, dan lain-lain.
- 3) Menolong atau membantu orang yang kesusahan dan memerlukan bantuan.
- 4) Menyuruh kepada kebaikan atau kebijakan (berbuat *makruf*).
- 5) Menahan diri dari kejahatan atau merusak.

---

<sup>46</sup> Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), hlm.

<sup>47</sup> *Ibid.*

<sup>48</sup> *Ibid.*, hlm. 5

### 3. Orang yang Berhak Menerima Shadaqah

Beberapa orang yang berhak menerima shadaqah :<sup>49</sup>

- a. Orang-orang yang sholeh atau orang-orang yang ahli dalam kebaikan.
- b. Orang yang paling dekat.
- c. Orang yang sangat membutuhkan.
- d. Orang kaya, keturunan Bani Hasyim, orang kafir, dan orang fasik.  
Orang kaya dibolehkan menerima sedekah walaupun dari keluarganya, begitu pula keturunan Bani Hasyim. Hanya saja mereka tidak boleh menerima zakat.
- e. Shadaqah kepada jenazah. Dibolehkan memberikan Shadaqah kepada jenazah, seperti memberikan pahala Shadaqah pemberian makan, minum, dan pakaian. Juga diperbolehkan memberikan Shadaqah dengan doa menurut ijma' ulama.

#### I. Manajemen Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani "*Stratageta*" (*Stratos* = militer dan *Ag*=memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.<sup>50</sup> Secara terminologi, strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik

---

<sup>49</sup> Rahmat Syaifei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 254

<sup>50</sup> Sofyan Assuari, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 168

operasionalnya. Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi akan melakukan apa pun yang harus dilakukan dalam bisnis, bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya untuk mencapai tujuan. Selanjutnya strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi tersebut. Pengertian lainnya seperti yang diutarakan Craig dan Grant adalah strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang di perlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.<sup>51</sup>

Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana pemimpin puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara/upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai. Manajemen strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan yang digunakan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi-strategi yang berdaya saing tinggi dan sesuai bagi perusahaan dan lingkungannya untuk mencapai sasaran organisasi.<sup>52</sup>

Proses manajemen strategi, “meliputi empat elemen dasar yaitu; (1) pengamatan lingkungan, (2) perumusan strategi, (3) evaluasi, serta (4) pengendalian. Pada level korporasi, proses manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan sampai dengan evaluasi kerja.” Manajemen

---

<sup>51</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Pranada Media,2009), hlm.59

<sup>52</sup> Sadarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Refika Aditama,2002),hlm. 301

strategi memainkan peran yang besar dari apa yang dilakukan manajer.<sup>53</sup>

Manajemen strategi adalah apa yang dilakukan manajer untuk mengembangkan strategi organisasi. Ini merupakan tugas penting yang melibatkan semua fungsi manajemen dasar perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Manajemen merupakan hal yang penting karena organisasi bersifat kompleks dan beragam. Adapun pengertian manajemen strategi menurut ahli, seperti yang dikatakan Pearce II dan Robinson dalam buku Strategi Manajemen karya Eddy Yunus, ia mengatakan bahwa manajemen strategi adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana- rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2013), hlm. 16

<sup>54</sup> Eddy Yunus, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2016), hlm. 5

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM**  
**MANAJEMEN STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL**  
**INSTAGRAM DI LAZISMU SRAGEN**

**A. Gambaran Umum Lazismu Sragen**

1. Profil Lembaga

Lazismu adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan, dan instansi lainnya.

Didirikan oleh pengurus pusat muhammadiyah pada tahun 2002 selanjutnya dikukuhkan oleh menteri agama republik indonesia sebagai lembaga amil zakat nasional melalui SK No. 457/21 november 2002. Dengan berlakunya undang-undang zakat nomer 23 tahun 2014, dan keputusan menteri agama nomer 333 tahun 2015 LAZISMU sebagai lembaga amil zakat nasional telah dikukuhkan kembali melalui SK menteri agama nomer 730 tahun 2016.<sup>1</sup>

Latar belakang berdirinya LAZISMU terdiri atas dua faktor. Pertama, faktor indonesia yang berselimut dengan kemiskinan yang masih meluas, kebodohan dan indeks pembangunan manusia yang

---

<sup>1</sup> Lazismu Sragen,”Profil Lembaga Lazismu Sragen”, dikutip dari <https://lazismu.org/> diakses 4 juni 2022

sangat rendah. Semuanya berakibat dan sekaligus disebabkan tatanan keadilan sosial yang lemah.

Kedua, zakat diyakini mampu bersumbasih dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia dan mampu mengentaskan kemiskinan. Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, indonesia memiliki potensi zakat, infaq dan wakaf yang terbilang cukup tinggi. Namun, potensi yang ada belum dapat dikelola dan didayagunakan secara maksimal sehingga tidak memberi dampak yang signifikan bagi penyelesaian persoalan yang ada.

Berdirinya LAZISMU dimaksudkan sebagai institusi pengelola zakat dengan manajemen modern yang dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesaian masalah sosial masyarakat yang terus berkembang. Dengan budaya kerja amanah, profesional dan transparan, LAZISMU berusaha mengembangkan diri menjadi lembaga zakat terpercaya, Dan seiring waktu, kepercayaan publik yang berkembang.

## 2. Visi,dan Misi

Visi :

Menjadi lembaga amil zakat terpercaya

Misi :

Untuk mewujudkan visi maka lazismu memiliki misi, sebagai berikut:

- a. Optimalisasi kualitas pengelolaan ZIS yang amanah, profesional, dan transparan, dengan cara :

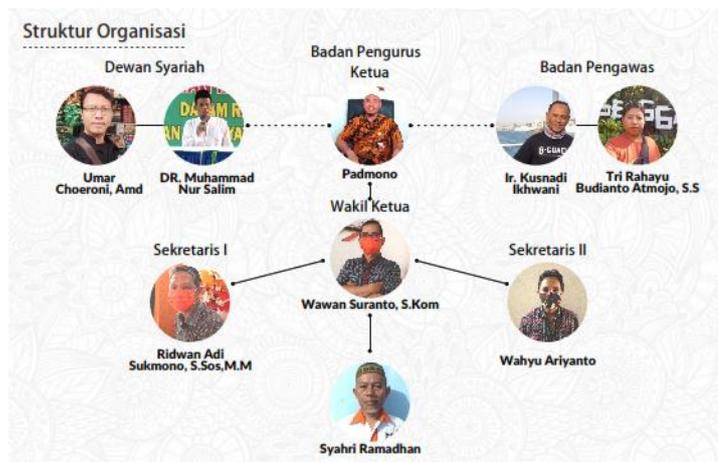
- 2) Membuat sistem kaderisasi kepemimpinan disemua lini lazismu
  - 3) Membuat system lembaga amil zakat yang modern atau kelas dunia
  - 4) Menerapkan budaya kaizen/continuos improvement
  - 5) Menerapkan standart LSO, dan sistem kontrol dan pelaporan yang handal
  - 6) Membangun system komputerisasi yang terintegrasi dari semua lini lazismu
- b. Optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif, dan produktif
- 1) Pemberdayaan ekonomi masyarakat
  - 2) Pemberdayaan pertanian dan pertanian
  - 3) Pengembangan pendidikan
  - 4) Pelayanan sosial dan dakwah
  - 5) Pelayanan kesehatan dan santunan dhuafa
- c. Optimalisasi layanan donatur
- 1) Membuat kantor layanan disetiap wilayah, daerah dan tiap PRM
  - 2) Membuat RnD untuk pengembangan program layanan baik muzaki maupun mustahik
  - 3) Melakukan riset untuk membuat strategi yang bernilai tambah
  - 4) Membangun pelayanan yang mudah cepat dan ramah

### 3. Struktur Anggota

Struktur organisasi di Lazismu Sragen antara lain :

#### Gambar

#### Struktur Organisasi Lazismu Sragen



Sumber : <https://lazismu.org/>

#### Gambar

#### Struktur Eklusif Lazismu Sragen

Eksekutif Lazismu Sragen	
<b>Dewan Syariah :</b> Muhammad Nur Salim Umar Choeroni	<b>Divisi Fundraising dan Public Relation</b> Manager Fundraising dan Public Relation : Ronny Megas Sukarno
<b>Badan Pengawas:</b> Kusnadi Ikhwani Tri Rahayu Budiyanto Atmojo	Fundraising 1 : Adam Yoga Prasetyo Fundraising 2 : Ibrahim Bujang Prasetyo Fundraising 3 : Yuni Lathifah Fundraising 4 : Andrian Syah Akhlaqul Amali Fundraising 5 : Maya Novitasari Fundraising 6 : Khoirul Mei Saroh
<b>Badan Pengurus:</b> Ketua : Padmono Wakil Ketua : Wawan Suranto, S.Kom Sekretaris 1 : Ridwan Adli Sukmono, S.Sos,M.M Sekretaris 2 : Wahyu Ariyanto	Kantor Layanan 1 : Liksa Wahono Kantor Layanan 2 : Novia Lestari Kantor Layanan 3 : Dhenada Ayu Dyah R Kantor Layanan 4 : Denise Kautsar Kantor Layanan 5 : Erfina Rifita Zani Kantor Layanan 6 : Prabawati Indriastuti, S.Pd Kantor Layanan 7 : Pratika Dwi Karisma Kantor Layanan 8 : Iqlina Tazkiyatun Nufus Kantor Layanan 9 : Astria Fitri Lestari Kantor Layanan 10 : Zaini Fajar Sidiq
<b>Badan Eksekutif</b> Direktur Eksekutif : Ronny Megas Sukarno	<b>Divisi Program dan Media</b> Manajer Program dan Media : Rizki Arif Hernawan Program : Tommy Arisaputra Program : Try Agustina Media : Ridwan Adli Nugroho
<b>Divisi Administrasi Umum dan Keuangan</b> Manager Administrasi Umum dan Keuangan Keuangan : Syarifah Alawiyah Front Office : Annisaa Khairillah Ramadhani Keuangan : Tina Aswiyah Keuangan : Wahyu Widyawati, S.Akun Layanan Ambulance : Haryono	

Sumber : <https://lazismu.org/>

## B. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Informasi ZIS

### 1. Media Informasi

Konten merupakan suatu hal yang penting dalam proses promosi yang berisikan informasi yang ada dalam media promosi entah berupa foto maupun video. Nama akun instagram Lazismu Sragen yaitu @Lazismu\_sragen, dikelola oleh Rizki Arif yang juga merupakan karyawan di Lazismu Sragen. Akun @Lazismu\_Sragen berisikan konten yang berupa kegiatan edukasi mengenai ZIS, penghimpunan dana, penyaluran dana dan kegiatan sosialisasi dari pihak luar yang dipublikasikan.

“kita ada dua konten, yaitu foto sama video. Walaupun kadang ada yang ke kantor ditanya dapat info dari mana ?, mereka jawab dari instagram dan mau cek lokasi langsung”<sup>2</sup>

## 2. Pemanfaatan Media Sosial Instagram

Aplikasi instagram memiliki beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan penggunaannya agar lebih menarik perhatian follower. Biasanya semakin menarik postingan akan mendapat lebih banyak like. Pengelola akun @Lazismu\_Sragen memanfaatkan fitur-fitur instagram seperti :

### a. Fitur Foto dan Video

Dalam fitur foto pengguna dapat sekaligus dapat menggunakan beberapa jenis konten efek pada aplikasi Instagram yang dapat membuat suatu postingan menjadi lebih menarik.

Begitupun juga dalam fitur video, pengguna dapat memanfaatkan beberapa jenis konten efek pada aplikasi Instagram, seperti video story maupun video live.

“kita ada dua konten, yaitu foto sama video. Kita juga menganalisis tren, owh.. di reels itu yang lagi tren tentang ini, bisa kita manfaatkan mengenai program kita”<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 26 Maret 2022, Jam 13.00-15.52

<sup>3</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 26 Maret 2022, Jam 13.00-15.52

b. Fitur hastag (#) dan Arroba (@)

Setiap Lazismu Sragen memposting foto maupun video menambahkan *hastag* dan *arroba* untuk memaksimalkan postingannya. Alasannya, pengguna *instagram* bila ingin mencari sesuatu mereka menggunakan fitur *hastag* untuk mempermudah dan mempercepat pencarian yang ingin didapat.

Lain halnya dengan menggunakan fitur *arroba* pengguna dapat memperluas jangkauan dengan pengguna *instagram* lain dengan mention ke akun lain yang selaras dengan akun kita. Contohnya akun Lazismu Sragen, maka mentionnya ke akun Lazismu lain atau akun-akun literasi lainnya. Sehingga akun kita diketahui oleh lebih banyak pengguna sehingga dapat menambah jumlah pengikut.

“*hastag* kita juga pakai itu walaupun kadang juga enggak terlalu bagus tapi tetap kita manfaatkan agar memudahkan masyarakat mencari informasi”<sup>4</sup>

c. Terhubung Ke Media Sosial Lain

Fitur ini sangat membantu dalam kegiatan promosi. Aplikasi *Instagram* dapat dihubungkan ke akun media sosial lain yang dimilikinya, sehingga jika pengguna memposting sesuatu dapat muncul di akun lain yang dihubungkannya. Hal tersebut

---

<sup>4</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 26 Maret 2022, Jam 13.00-15.52

dapat membantu mempromosikan ke pengguna media sosial selain Instagram.

“untuk akun ini terhubung ke media sosial lain, jadi selain di instagram di media sosial lain juga muncul postingannya. Sangat bagus untuk menyebarkan informasi ke masyarakat yang tidak memiliki instagram”<sup>5</sup>

d. Fitur Yang Sering Digunakan

Aplikasi Instagram memiliki fitur *multiple image* dan video post, yaitu pengguna dapat membuat satu postingan dengan beberapa foto atau video secara bersamaan. Maksimal foto dan video sebanyak sepuluh buah. Fitur ini menjadi fitur yang sering digunakan untuk melakukan promosi oleh Lazismu Sragen. Namun penggabungan di akun Lazismu Sragen dominan foto dengan foto daripada video dengan video.

Alasan Rizki Arif alasan memilih fitur ini yaitu karena pengguna instagram lebih fokus pada postingan foto daripada video. Disisi lain video menguras banyak kuota dan memakan banyak waktu yang menyebabkan pengguna jarang menontonnya. Mengenai fitur video, pengguna Instagram lebih tertarik ke video story dan reels video daripada video postingan.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 26 Maret 2022, Jam 13.00-15.52

<sup>6</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 26 Maret 2022, Jam 13.00-15.52

“di *reels* itu yang lagi tren tentang ini bisa kita manfaatkan mengenai program kita. *Live streaming* itu kemarin sebenarnya cuman kajian eksekutif sama ketika monitoring umkm, tapi yang liat kurang banyak jadi mending kita *upload* di youtube”<sup>7</sup>

### 3. Keunggulan Instagram Dibanding Media Sosial Lain

Menurut Rizki Arif penggunaan media sosial Instagram itu *efektif*, penggunaanya terus bertambah dari tahun ke tahun. Mengikuti perkembangan zaman, unggul dalam foto maupun video dan mudah dalam mencari sesuatu dengan menggunakan fitur yang disediakan seperti fitur *hashtag* dan *aroba*, serta fitur lokasi.<sup>8</sup>

Kemudahan yang ditawarkan Instagram menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Memposting foto atau video, mengikuti, mengomentari, memberi *like*, hingga *searching* sesuai hashtag pun bisa dilakukan dengan sangat praktis. Dapat terhubung dengan media sosial lain, jadi anda dapat menghemat karena tidak perlu melakukan posting berkali-kali pada media sosial lain. Instagram menjadi media sosial yang unggul pada hal posting foto, membentuk media ini menyampaikan tampilan serta

---

<sup>7</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 26 Maret 2022, Jam 13.00-15.52

<sup>8</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 26 Maret 2022, Jam 13.00-15.52

kualitas foto yang baik, yang tentu saja sangat cocok untuk media yang fokus mengandalkan foto.

“*instagram* merupakan aplikasi simpel. Kalau saya amati tahun ke tahun penggunaannya semakin bertambah, jadi ya kita gunakan *instagram* dalam penyebaran informasi. *Instagram* dalam mencari sesuatu lebih mudah dengan menggunakan *hashtag*, lokasi, dan *aroba*”<sup>9</sup>

#### 4. Tujuan Informasi

Menurut Rizki Arif Lazismu Sragen memiliki tujuan dalam informasi ZIS melalui media sosial Instagram. Yaitu, Sebagai media dakwah dalam menunaikan rukun islam yang ke tiga. Sasaran informasi mengenai ZIS oleh Lazismu Sragen adalah semua kalangan tidak terbatas usia.<sup>10</sup>

“ Kita dari Lazismu Sragen konsepnya dari awal itu semua yang berpotensi efektif dalam mengajak masyarakat menunaikan rukun islam yang ke tiga *insyaAllah* kita pakai”<sup>11</sup>

#### 5. Waktu Pemanfaatan Instagram

Instagram merupakan alat informasi yang dapat digunakan dengan mudah dan bisa di akses kapanpun dan dimanapun. Informan Rizki Arif

---

<sup>9</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 26 Maret 2022, Jam 13.00-15.52

<sup>10</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

<sup>11</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

menjelaskan mengenai kapan waktu paling efektif dalam menposting mengenai informasi ZISWAF, di instagram ada fitur prime time untuk melihat orang yang melihat postingan itu pada jam berapa saja.

“kan ada yang namanya *prime time*, bisa dilihat di *inside*, di situ kita bisa melihat jam berapa masyarakat paling banyak di jam sekian, yang paling utama itu kalau di kita jam 9 dan jam 3. Kita kan juga ada moment di ZISWAF saat Ramadhan sama Idhul Adha”<sup>12</sup>

### **C. Dampak Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Lazismu Sragen**

Dampak pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana informasi Zakat, Infak dan Sedekah terhadap Lazismu Sragen sebagai berikut :

#### **1. Donasi**

Dalam mengelola kegiatan informasi zakat, infak, dan sedekah dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarananya.

Donasi merupakan sebuah pemberian pada umumnya bersifat secara fisik oleh perorangan atau lembaga hukum. Pemberian ini bersifat sukarela dengan tanpa adanya imbalan bersifat keuntungan, walaupun pemberian donasi dapat berupa uang, barang, ataupun kendaraan akan tetapi tidak selalu

---

<sup>12</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

demikian, pada peristiwa darurat bencana atau dalam keadaan tertentu lain.<sup>13</sup>

Menurut Rizky Arif Lazismu Sragen donasi yang diterima melalui informasi di Instagram oleh Lazismu Sragen sejauh ini berupa uang dan barang. Donasi uang ini ada dua yang pertama, masyarakat melakukan donasi secara langsung ke kantor Lazismu Sragen dan yang kedua berupa e-money yang di transfer masyarakat.<sup>14</sup>

“Di instagram masyarakat biasanya langsung DM setelah mengetahui postingan dari kami dan untuk konfirmasi pembayaran. Jadi, lebih ke donasi transfer walaupun kadang ada yang ke kantor karena dapet informasi dari instagram dan langsung cek lokasi.”<sup>15</sup>

Manajer tim media yaitu bapak Rizky Arif juga mengatakan bahwa pegawai yang bertugas melakukan fundrising secara online setiap tahunnya mengalami peningkatan 10% dalam menghimpun dana.<sup>16</sup> Hal tersebut selaras dengan hasil laporan

---

<sup>13</sup> Zenita Wahyu Dewantry dkk, “Aplikasi Pengelolaan Dana Donasi Untuk Penderita Kanker (Studi Kasus: Yayasan Kanker Indonesia),” *e-proceeding of Applied Science*, Vol. 1, No. 3, 2015, hlm. 1787

<sup>14</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

<sup>15</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

<sup>16</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 20 Januari 2023, Jam 13.22-14.30

tahunan penghimpunan dana Lazismu Sragen yang dapat di lihat di *Website* Lazismu Sragen yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.<sup>17</sup>

“Donatur melalui transfer setiap tahunnya mengalami peningkatan 10% dan jumlah followers bertambah 1000”<sup>18</sup>

## 2. Pengunjung

Menurut Rizky Arif adapun pengaruh dari pengunjung setelah dibuatnya akun Instagram Lazismu Sragen yaitu bertambahnya pengunjung. Mereka mengetahui informasi melalui Instagram. Pengunjung yang datang biasanya untuk membayar zakat maupun ingin mewakafkan hartanya, adapun pengunjung yang ingin menambah wawasan mengenai zakat, infak dan sedekah dengan bertanya secara langsung ke kantor ataupun mengikuti kegiatan yang ada di Lazismu Sragen.<sup>19</sup>

Selain berkunjung dan berdonasi atau membayar kewajibannya, adapun followers yang membantu berbaik hati ikut mempromosikan ke temannya ataupun memposting

---

<sup>17</sup> <http://lazismusragen.org/laporan-dana-mata-hati-lazismu-sragen-september-desember-2019/>

<sup>18</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 20 Januari 2023 , Jam 13.22-14.30

<sup>19</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

informasi mengenai kegiatan yang diselenggarakan Lazismu sragen demi membantu kemajuan Lazismu Sragen.

“kadang ada yang ke kantor karena dapet informasi dari instagram dan langsung cek lokasi, temen-temen kadang juga ikut share postingan ke media sosial lain”.<sup>20</sup>

### 3. Kerja Sama Antar Lembaga

Menurut informan Rizki arif, kita juga ada beberapa kerjasama dengan lembaga ataupun dengan mahasiswa. Kerjasama disini berupa open donasi secara offline dan online, yang online itu kita posting di masing-masing akun instagram lalu donasinya melalui transfer.<sup>21</sup>

“beberapa kita juga kerjasama. Dulu di lapas terus dengan mahasiswa IAIN dan juga dengan temen-temen komunitas”<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

<sup>21</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

<sup>22</sup> Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

#### D. Survey Followers Akun Instagram Lazismu Sragen (@lazismu\_sragen)

Gambar 1

##### Data Pengikut Akun Instagram



Sumber : Data hasil survey para *followers* akun Instagram @lazismusragen

Tabel diagram diatas merupakan data pengikut akun instagram yang mulai mengikuti akun @lazismusragen sebelum 2019 sampai yang terbaru. Dan dari diagram tersebut terlihat bahwa yang paling banyak adalah followers dari tahun 2019 sampai 2022 sebesar 50%, lalu diikuti dengan pengikut sebelum tahun 2019 sebesar 25%. Lalu selanjutnya dari tahun 2022 dan sejak tau masing-masing memiliki 12,5%.

## Gambar 2

### Data Tujuan Mengikuti Akun Instagram

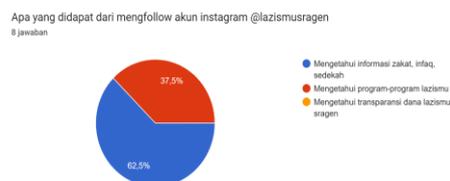


Sumber : Data hasil survey para *followers* akun Instagram @lazismusragen

Tabel diagram di atas adalah data pengikut akun @lazismusragen yang memiliki tujuan dalam mengikuti akun tersebut. Dan dalam diagram tersebut terlihat bahwa 75% pengikut memiliki tujuan untuk mengetahui informasi mengenai zakat, infaq, dan sedekah. Kemudian 25% memiliki tujuan untuk mengetahui perkembangan lembaga.

## Gambar 3

### Data Manfaat



Sumber : Data hasil survey para *followers* akun Instagram @lazismusragen

Diagram diatas menggambarkan manfaat apa yang didapat dengan mengikuti instagram @lazismusragen. Menurut data diatas 62,5% orang

mengetahui informasi zakat, infaq, dan sedekah, lalu diikuti 37,5% orang mengetahui program-program lazismu sragen.

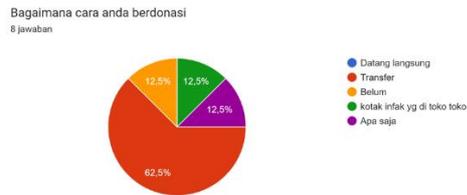
**Gambar 4**  
**Data Donatur**



Sumber : Data hasil survey para *followers* akun Instagram @lazismusragen

Diagram diatas merupakan data donatur dari pengikut akun Instagram lazismu Sragen, dan dalam diagram tersebut terlihat bahwa 37,5% pernah berdonasi di lazismu Sragen dan 37,5% belum pernah berdonasi. Lalu 12,5% berdonasi di kotak infaq, serta 12,5% belum berdonasi. Dalam diagram ini juga bisa disimpulkan bahwa 50% sudah pernah berdonasi dan 50% belum pernah berdonasi di lazismu sragen.

**Gambar 5**  
**Data Cara Berdonasi**



Sumber : Data hasil survey para *followers* akun Instagram @lazismusragen

Tabel diagram ini merupakan data cara donatur yang berdonasi di lazismu sragen melalui akun instagram. Dari diagram ini terlihat bahwa pada urutan pertama yang paling banyak donatur melakukan donasi dengan transfer sejumlah 62,5%, lalu diikuti masing-masing memiliki data sejumlah 12,5% dengan kotak infaq, apa saja, dan belum.

### Gambar 6

#### Data Manfaat 2



Sumber : Data hasil survey para *followers* akun Instagram @lazismusragen

Data diagram diatas merupakan hasil yang didapat para pengikut akun Instagram lazismuy Sragen. setelah melihat postingan dari @lazismusragen yang meberikan informasinwawasan mengenai zakat, infaq, dan sedekah. Dan dari diagram tersebut didapat bahwa 100% memilih iya, hal ini bisa disimpulkan bahwa postingan dari @lazismusragen menambah wawasan mengenai zakat, infaq, dan sedekah.

## Gambar 7

### Data Manfaat 3



Sumber : Data hasil survey para *followers* akun Instagram @lazismusragen

Data diagram diatas adalah data yang menunjukkan manfaat postingan dari akun @lazismusragen bermanfaat bagi masyarakat. Dilihat dari data tersebut didapat 100% mengatakan iya, hal ini bisa diambil kesimpulan bahwa postingan tersebut bermanfaat bagi masyarakat dan pada pengikutnya sendiri.

## **BAB IV**

### **ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI TERHADAP PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM LAZISMU SRAGEN**

#### **A. Strategi Lazismu Sragen Dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram**

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi lain. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan dunia dalam genggaman. Fungsi-fungsi media sebagaimana selama ini di dapat dari media tradisional juga telah bertambah bisa didapat dari internet.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video singkat, menerapkan fitur digital lalu membagikannya ke berbagai layanan media sosial termasuk instagram sendiri. Fitur instagram dapat digunakan di *iphone* maupun *android*. Aplikasi ini tersebar melalui *Apple App Store* dan *Play Store*.

Pandemi yang melanda dunia di tahun 2019 akhir membuat banyak aspek kehidupan menjadi terhambat, hal-hal yang biasanya dilakukan dengan bertemu tatap muka seperti berpergian, melakukan jual beli, beribadah di tempat ibadahnya dan juga pertukaran informasi menjadi terhambat, tetapi dengan adanya situasi pandemi memaksa manusia berinovasi agar tetap melakukan aktifitas.

Salah satu inovasi yang dilakukan adalah menggunakan media sosial untuk tetap bisa melakukan pertukaran informasi, salah satu media yang dipakai

Lazismu Sragen adalah Instagram untuk tetap bisa melakukan dakwah dan juga kegiatan penghimpunan dana melalui metode transfer. Dengan strategi ini mereka tetap bisa menjalankan lembaganya di saat tidak diperbolehkannya melakukan aktifitas yang dapat mengakibatkannya perluasan virus corona.

Manajemen strategi adalah apa yang dilakukan manajer untuk mengembangkan strategi organisasi. Ini merupakan tugas penting yang melibatkan semua fungsi manajemen dasar perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Manajemen merupakan hal yang penting karena organisasi bersifat kompleks dan beragam. Adapun beberapa strategi yang dilakukan Lazismu Sragen antara lain :

#### 1. Pengamatan Lingkungan

Sesuai dengan teori manajemen Strategi, langkah awal dalam membuat strategi adalah mengamati situasi yang terjadi dikala pandemi, Lazismu Sragen sadar jika saat itu sudah tidak bisa melakukan dakwah dan penghimpunan dana seperti biasanya melalui tatap muka.

#### 2. Perumusan Strategi

Setelah mengetahui kondisi yang ada, Lazismu Sragen melakukan inovasi dengan menggunakan media sosial khususnya Instagram untuk berdakwah serta penghimpunan dana fundrising. Melalui Instagram disertakan juga nomer rekening atau kode QR yang nantinya dari mengscan kode QR tersebut pengguna Instagram akan dialihkan ke website Lazismu Sragen yang terdapat informasi mengenai profil hingga laporan keuangan yang digunakan Lazismu Sragen untuk program-programnya.

### 3. Evaluasi

Tim media yang menjalankan media sosial Lazismu Sragen selalu melakukan evaluasi setiap seminggu sekali report khusus tim media, setiap sebulan sekali evaluasi bersama badan pengurus dan setiap setahun sekali.

### 4. Pengendalian

Untuk menjaga standar yang sudah direncanakan di awal, setiap postingan di Lazismu Sragen sebelum di upload di koreksi terlebih dahulu oleh manajer tim media dan pegawai tim media yang lain, setelah direvisi dan sudah sesuai standar yang ada baru di uplod oleh pegawai yang bertugas mengupload.

Perkembangan instagram beralih fungsi dari yang awalnya hanya sekedar membagikan foto dan video yang diunggah menjadi media promosi. Sekarang banyak dijumpai di media sosial instagram pengguna-pengguna akun yang menjadikan akun dirinya tidak hanya membagikan foto atau video yang sifatnya pribadi, melainkan mengunggah foto-foto yang tujuannya mempromosikan produk. Organisasi, instansi, dan komunitas tidak ketinggalan juga dalam memanfaatkan instagram sebagai media promosi di bidang jasa layanan seperti Lazismu Sragen dalam penyampaian informasi mengenai kegiatan yang berbasis zakat, infak, dan sedekah. Adapun Lazismu Sragen memanfaatkan instagram sebagai media informasi tentang zakat, infak dan sedekah dengan cara :

## 1. Media Informasi Melalui Instagram

Konsep Lazismu Sragen dibuat dengan konsep *instagramable*. *Instagramable* adalah Sesuatu yang bisa, layak, dan pantas untuk dibagikan ke media sosial seperti instagram dalam bentuk foto maupun video. Karena kini masyarakat lebih menyukai sesuatu lewat visual. Jadi, instagram merupakan salah satu media sosial dari Lazismu Sragen yang memberikan informasi. Terbukti semua kegiatan diposting pada akun instagram @Lazismu\_Sragen seperti informasi mengenai ZIS, kegiatan donasi, kegiatan *fundraising*, dan berbagai produk pengelolaan dana ZIS. Karena informasi melalui instagram lebih menarik dibanding dengan media lainnya.

Dengan demikian disimpulkan bahwa akun instagram Lazismu Sragen memiliki fungsi sebagai alat penyebaran informasi, sebagaimana akun tersebut dibuat dengan konsep yang menarik dan memberikan informasi mengenai kegiatan yang ada pada Lazismu Sragen.

## 2. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Informasi

Instagram memiliki banyak fitur yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya dan dapat dipermudah pengguna dalam pengoperasiannya. Lazismu sragen juga memanfaatkan beberapa fitur-fitur yang ada pada instagram tersebut. Fitur-fitur yang terdapat pada instagram yang telah dimanfaatkan oleh Lazismu Sragen adalah sebagai berikut :

- a. Fitur foto dan video, berdasarkan pada penelitian yang ada pada Lazismu Sragen sudah mengupload lebih dari 50 file baik berupa foto

ataupun vidio, pada setiap hasil yang di upload selalu dilengkapi dengan fitur edit foto, *caption*, *hashtag(#)*, *taging*, *arroba(@)*, *maps*. Sedangkan, fitur vidio dilengkapi dengan fitur khusus vidio seperti *story vidio* dan *live vidio instagram*.

- b. Saat ini akun @Lazismu\_Sragen memiliki pengikut lebih dari 1000 pengikut instagram. Pada bagian ini setiap akun @Lazismu\_Sragen mengupload baik foto maupun vidio selalu mendapatkan respon atau tanggapan dari pengikutnya dengan mendapatkan tanda *love* atau suka pada postingan-postingannya.
- c. Terhubung ke media sosial lain, dalam membagi postingan tersebut para pengguna tidak hanya dapat membaginya ke instagram saja, melainkan foto maupun vidio tersebut dapat dibagi juga melalui media sosial lainnya seperti twitter dan facebook. Jadi ketika memposting di instagram masyarakat yang tidak menggunakan instagram dapat melihatnya di media sosial lain.
- d. Fitur yang sering digunakan, fitur *multiple image* dan vidio post. Artinya, pengguna dapat memposting banyak foto maupun vidio digabungkan dalam satu kiriman. Akun instagram @lazismu\_Sragen sering menggunakan fitur tersebut baik foto maupun vidio.
- e. Keunggulan instagram dengan media sosial lain. Instagram menjadi media sosial yang unggul pada hal posting melalui foto, membentuk media ini menyampaikan tampilan serta kualitas foto yang baik, yang tentu saja sangat cocok untuk media yang fokus mengandalkan foto,

penggunaannya simpel dan penggunaanya terus meningkat. Untuk informasi instagram lebih unggul daripada media sosial lainnya dikarenakan fitur-fitur yang mendukung. Contohnya, fitur terhubung dengan media sosial lain pengguna dapat lebih efisien karena tidak perlu melakukan posting berulang kali pada media sosial lain.

- f. Tujuan Informasi Melalui Instagram. Informasi melalui instagram @Lazismu\_Sragen memiliki tujuan agar lebih dikenal masyarakat lebih luar, mendapatkan donasi dari masyarakat, mendapatkan muzaki yang lebih banyak, lebih banyak pengunjung, dan lebih maju. Dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum sadar akan kewajibannya membayar zakat, infak dan sedekah. Sasaran Lazismu sragen semua kalangan tidak terbatas usia.
- g. Waktu Pemanfaatan Instagram. Akun @Lazismu\_Sragen memiliki strategi dalam waktu postingannya. Dengan melihat banyaknya yang melihat postingan instagram pada jam 9 dan jam 3, Lazismu Sragen memanfaatkan waktu tersebut untuk menyebarkan informasi ZIS ataupun kegiatan-kegiatannya agar penyampaiannya tersampaikan secara efektif. Pada hari-hari besar seperti idhul fitri dan idhul adha yang notabennya kegiatan ZIS dilakukan, mereka juga memposting mengenai informasi ataupun dakwah mengenai ZIS.

## **B. Dampak Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Lazismu Sragen**

### 1. Donasi

Dengan mengelola media sosial instagram sebagai alat informasi. Bisa menjadikan Lazismu Sragen dapat dikenal secara luas oleh semua kalangan. Informasi yang di uplod oleh akun @Lazismu\_Sragen tersebar cepat dengan menggunakan instagram, karena dengan kecepatan pertukaran informasi di dunia digital, dengan begitu para donatur atau muzaki mendapatkan informasi, menjadikan mereka melakukan donasi dan membayar kewajiban membayar ZIS di Lazismu Sragen dengan cara tranfer e-money ataupun bisa datang langsung ke kantor.

Postingan yang diupload Lazismu Sragen di akunnya terdapat kode QR yang mengalihkan ke website Lazismu Sragen, disana Followers dapat berdonasi dengan dicantumkan no rekening tim media fundraising. Dalam 24jm tim media yang bertugas menjadi fundraising online biasanya bisa mendapatkan dana himpunan melalui transfer, dan setiap tahunnya fundraising Lazismu Sragen dapat berkembang dalam penghimpunan dana hingga 10%. Pada laporan tahunan Lazismu Sragen yang bisa di lihat di website Lazismu Sragen pada tahun 2019 bisa menghimpun sebesar Rp. 7.630.697.778 di tahun 2021 meningkat hingga Rp. 11.945.811.866.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Lazismu Sragen"laporan Tahunan", dikutip dari <http://lazismu.org/> diakses 1 Februari 2023

Hal ini dibuktikan dengan survei yang peneliti lakukan, mengatakan bahwa 62,5% melakukan donasi melalui transfer dan ada 3 responden terhitung 12,5% berdonasi melalui infaq yang ada di toko dan di kesempatan yang lain.

## 2. Kerjasama

Dengan adanya instagram, kegiatan-kegiatan yang dilakukan Lazismu Sragen bisa dilihat oleh lembaga maupun komunitas. Hal tersebut memberikan kepercayaan untuk melakukan kerjasama dalam bidang ZISWAF, setelah melihat kegiatannya memberikan bukti bahwa program yang di berikan oleh Lazismu Sragen dapat dipercaya dan bermanfaat bagi masyarakat.

## 3. Semakin Dikenal Masyarakat

Setiap tahunnya pengguna Instagram selalu bertambah, hal ini menjadi peluang yang dimanfaatkan Lazismu Sragen untuk memberitau mengenai lembaganya dan program-program yang dilakukannya. Sesuai dengan apa yang menjadi tujuan mereka untuk berdakwah atau menyebarkan informasi mengenai zakat, infaq, dan sedekah semakin luas agar masyarakat semakin pintar dalam hal zakat, infaq, dan sedekah. Setiap tahunnya pengikut akun @Lazismu\_Sragen semakin bertambah, ini membuktikan bahwa mereka semakin dikenal dan penyebaran informasinya berhasil.

#### 4. Bertambahnya Pengunjung

Dengan bertambahnya masyarakat yang mengetahui mengenai Lazismu Sragen, bertambah juga pengunjung yang datang ke kantor Lazismu Sragen. Mereka mengetahui Lazismu Sragen dan program yang dilakukannya dari Instagram membuat masyarakat tertarik untuk lebih mengetahui mengenai zakat, infaq, dan sedekah, ada juga yang kesana untuk membayarkan zakat, infaq, dan sedekah yang dipercayakan ke Lazismu Sragen untuk dikelolanya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Kesimpulan yang dapat diambil setelah melakukan penelitian di Lazismu Sragen adalah sebagai berikut :

1. Lazismu Sragen telah memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah atau penyampaian informasi terkait zakat, infaq, dan sedekah. Konsep yang dibawakan dengan instagramabel menjadikan setiap postingan menjadi menarik. Tujuan penyebaran informasi melalui instagram supaya lebih dikenal masyarakat secara luas, mendapatkan donatur, dan kerjasama dengan lembaga maupun komunitas dengan tujuan yang sama. Fitur-fitur yang dimanfaatkan seperti upload foto dan video dengan menambahkan caption, hastag(#), tagging, maps, aroba, dan terhubung dengan media sosial yang lain. Fitur yang sering digunakan Lazismu Sragen adalah multi image dan video post yaitu pengguna dapat memposting foto dan video secara bersamaan dengan maksimal berjumlah 10. Lazismu Sragen melihat dengan kondisi yang ada saat pandemi, membuat mereka merubah strategi dalam menyampaikan informasi dan penghimpunan dana. Salah satu yang diambil adalah menggunakan Media Sosial Instagram. Melalui Instagram disertakan juga rekening ataupun QR untuk berdonasi. Tim media yang bertanggung jawab terhadap akun Instagram Lazismu Sragen selalu melakukan evaluasi setiap seminggu sekali,

sebulan sekali dan setahun sekali agar standar yang diterapkan tetap maksimal.

2. Dampak yang didapat dari memanfaatkan instagram sebagai sarana dakwah atau penyebaran informasi yaitu donasi dan bertambahnya pengunjung. Donasi yang diterima sejauh ini melalui transfer dan di kotak infaq yang disebar Lazismu Sragen. Hal ini dibuktikan dengan adanya survei yang peneliti lakukan ke pengikut akun Instagram Lazismu Sragen mengatakan bahwa 62,5% melakukan donasi melalui transfer dan ada 3 responden terhitung 12,5% berdonasi melalui infaq yang ada di toko dan di kesempatan yang lain. Hal ini juga bisa dilihat dari laporan tahunan Lazismu Sragen yang setiap tahunnya meningkat 10% dari Rp.7.630.697.778 di tahun 2019 sampai di tahun 2021 meningkat hingga Rp. 11.945.811.866.

## **B. SARAN**

Saran yang dapat diberikan ke Lazismu Sragen mengenai pemanfaatan instagram sebagai sarana informasi ZISWAF adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya Lazismu Sragen melakukan interaksi dengan followersnya di instagram melalui fitur tanya jawab yang ada pada story instagram. Hal itu juga bisa dijadikan data seberapa pengetahuan masyarakat mengenai informasi zakat, infaq, dan sedekah. setelah mengetahui hal tersebut diharapkan Lazismu Sragen memposting informasi zakat, infaq, dan sedekah yang

kurang diketahui masyarakat agar mereka paham dengan zakat, infaq, dan sedekah.

2. Melakukan live streaming dengan konsisten walaupun pada awalnya memang sedikit yang menonton. Dengan memaksimalkan fitur instagram diharapkan semakin banyak yang memfollow akun @Lazismu\_Sragen.
3. Sebagiknya Lazismu Sragen melakukan evaluasi berkala mengenai pemanfaatan instagram sebagai sarana dakwah. Sehingga, mereka dapat mengetahui apa yang kurang dan apa yang harus diperbaiki maupun dikembangkan.
4. Memberikan konsep dasar kepada postingannya agar pada halaman depan tampak lebih rapi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Al-Zuhayly Wahbah, *Zakat (Kajian berbagai Mazhab)*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Ath-Tharsyah Adnan, *Anda dan Harta*, Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2004.
- Aunullah Indi, *Ensiklopedi Fikih untuk Remaja*, Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2008.
- Ayyub Hasan, *fikih ibadah*, Jakarta: Pustaka AL-Kausar, 2004.
- Creswell Jhon W., *Education Reseach*, Garamond : TexTech, 2012.
- Dapertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, Jakarta: Balai Pustaka, 2015.
- Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahannya*, Jakarta : Yayasan Penyelenggaraan Peterjemah Al Quran, 1986
- Ensiklopedia islam Al kamil, Syaikh Muhammad Bin Ibrahim Abdullah At-Tuwaijiri, :Darus Sunnah, Cet. 23, Jakarta, 2015
- Ghofur Ruslan Abdul, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Ekonomi di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Hasbiyallah, *Fiqh dan Ushul Fiqh*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Herry Munhanif, *Tuntunan Praktis Zakat dan Permasalahannya*, Cibubur: Variapop, 2012.
- Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid*, Jakarta: Pustaka Amani, 2002.
- Irwansyah, *The reputation of Communication in Dynamic of Convergence: Reposisi Komunikasi Dalam Dinamika Konvergensi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Liliweri Alo, *Komuniaksi Antar Personal*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015.
- Margiono, Junaidi Anwar, Latifah, *Pendidikan Agama Islam 1*, Jakarta: Yudhistira, 2007.
- Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Mustafa Imam , *Ijtihad Kontemporer Menuju Fiqih Kontekstual*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013.
- Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, Jakarta: Bumi aksara, 1996.

- Nasrullah Rulli , *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Noor Ruslan Abdul Ghofur, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Rasjid Sulaiman, *Fiqh Islam*, Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2013.
- Rokib Mohammad, *Teologi Bencana Atudi Santri Tanggap Bencana*, Yogyakarta: Pintar, 2013.
- Romli Asep Syamsul M., *Kamus Jurnalistik*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008.
- Sari Elsi Kartika, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*, Jakarta: PT Grasindo, 2006.
- Sarwono Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Severin Warner J. dan James W. Tankard, Jr., *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan Di dalam Media Massa*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Siyoto Sandu dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sumadiria AS Haris , *Jurnalistik Indonesian Menulis Berita dan Feature*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Supiana, *Materi Pendidikan Agama Islam*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Suprayitno Eko, *Ekonomi Islam (Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional)*, Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2005.
- Syafei Rahmat, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Syauqi ismail syahhatih, *Penerapan Zakat Dalam Bisnis Modern*, Bandung :CV Pustaka Setia, 2007.
- Yusuf Pawit M., *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Yusuf Qardhawi, *Shadaqah Cara Islam Mengetaskan Kemiskinan*, terj. Dadang Sobar, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013

### **Skripsi**

- Ahmad Irsal, *Prespektif Al-Quran Tentang Kriteria Aktivitas Ekonomi Yang Diridhoi Allah*, *Skripsi Tidak Diterbitkan*

Dimas Riyanto, “Pemanfaatan Perpustakaan,” *Skripsi*, Jurusan Pendidikan Olahraga, Yogyakarta, 2017.

Fadli Harisa Ramadhan, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @MR.CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan”, *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau, Riau, 2017.

Fitri Alam Nasroh, “Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo”, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2020.

syaviera dena ananda, “pemanfaatan media online dalam program-program di lembaga zakat inisiatif zakat indonesia”, *skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jakarta, 2020.

Taufiqur Rohman, “Konsep Sedekah dalam Al Quran Surat Al Baqarah Ayat 271 Menurut Tafsir Al Munir Karya Wahbah Az Zuhaili”, *Skripsi*, 2016

### **Artikel Jurnal**

Aan Prabowo dan Heriyanto, “Analisis Pemanfaatan Buku Elektronik (E-book) Oleh Pemustaka di Perpustakaan SMA Negeri 1 Semarang,”. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 2, No. 2, 2013.

Deru R. Indika dan Cindy Jovika, “*media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen*”, *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 1 No. 1, 2017

Fadly usman, “Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah”, *jurnal ekonomi dan bisnis islam*, vol. 1, No. 1, 2016.

Lintang Titian Purbsari, “The Effectiveness Of Zakat, Infaq and Shodaqoh In Indonesia : Using Basic Needs Deficiency Index”, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 7 No. 2, 2020.

Mahi M. Hikmat, “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD Dalam Persepsi Rakyat Daerah”, *Jurnal common*, Vol. 2, No. 1, 2018.

Shohibul Maiom, Resepsi Atas hadis Bacaan Salat Jumat Di Masjid UIN Sunan Kali Jaga Oleh Robert Nasrullah, *Living Islam*”, *Journal Of Islamick Discourses*, Vol. 3, No. 1, 2020

Zenita Wahyu Dewantry dkk, “Aplikasi Pengelolaan Dana Donasi Untuk Penderita Kanker (Studi Kasus: Yayasan Kanker Indonesia),” *e-proceeding of Applied Science*, Vol. 1, No. 3, 2015.

### **Web**

<https://lazismu.org/>

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pemanfaatan>

**Peraturan Perundang-perundangan**

KMA No. 373 Tahun 2003 merupakan pengganti dari KMA No. 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat Pasal 28 ayat (2) Tentang Pendayagunaan Zakat untuk usaha produktif

**Wawancara**

Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 26 Maret 2022, Jam 13.00-15.52

Rizki Arif, Pegawai Lazismu Sragen, *Wawancara Pribadi*, 4 Juni 2022, Jam 13.00-16.52

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Pedoman Wawancara

#### Pedoman Wawancara

1. Platform apa saja yang dipakai dalam penyampaian ZIS ?
2. Mulai kapan menggunakan media social instagram ?
3. Kenapa menggunakan media social Instagram dalam penyampaian ZIS ?
4. Dakwah mengenai ZIS sebelum corona dan setelah corona apakah berbeda ?
5. Informasi apa saja yang ada di Instagram selain informasi mengenai ZIS ?
6. Dalam sehari bisa berapa postingan ?
7. Apa manfaat setelah menggunakan Instagram dalam informasi ZIS ?
8. Untuk konten itu, apa ada tim kreatifnya ?
9. Apa kesulitan menggunakan media social ?
10. Jam berapa biasanya untuk postingan ?
11. Bagaimana *planning*/rencana Lazismu Sragen dalam menggunakan Instagram dalam menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi ZIS dan apakah juga ada rencana melalui postingan tersebut untuk meningkatkan fundraising ?
12. Ada tidak tim khusus yang mengelola akun tersebut ?
13. Apakah tim fundraising ada didalam tim media ?
14. Apakah semua pegawai yang ada di Lazismu Sragen ikut membranding dengan memposting poster tersebut di media sosialnya masing-masing ?
15. Apakah dari Lazismu Sragen punya target dalam membranding lembaganya melalui Instagram, baik dari segi fundraising ataupun jumlah followers atau bertambahnya pengunjung ke kantor ?
16. Apakah ada evaluasi dari tim media dan berapa waktu yang dibutuhkan ?

## Lampiran 2 Surve

### Pedoman Surve

1. Nama ?
2. Nama akun Instagram ?
3. Sejak kapan mengfollow akun Instagram @lazismu\_sragen ?
4. Bukti mengfollow akun Instagram @lazismu\_sragen
5. Apa tujuan mengfollow akun Instagram Lazismu Sragen ?
6. Apa yang didapat dari mengfollow akun Instagram Lazismu Sragen ?
7. Setelah melihat postingan dari akun Instagram Lazismu Sragen, apakah anda berdonasi ?
8. Bagaimana cara anda berdonasi di Lazismu Sragen ?
9. Apakah setelah melihat postingan dari Instagram Lazismu Sragen menambah wawasan mengenai zakat, infaq dan sedekah ?
10. Apakah postingan dari akun Instagram Lazismu Sragen bermanfaat bagi masyarakat terutama anda ?

## Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Transkrip Hasil Wawancara

Tanggal : 26 Maret 2022

Waktu : 15.40

Wawancara dengan Rizki Arif selaku Manajer Program dan Media

Peneiti : Platfom apa saja yang dipakai dalam penyampaian ZIS pak ?

Narasumber : Di Lazismu Sragen ini ada 3 devisi yaitu penghimpunan dana fundraising, administrasi program umum, dan media. Media disini kita ada online dan offline, Media offline kita ada majalah, baliho, spanduk,dan sebagainya. Kita ada media online, media sosmed. Kita dari Lazismu Sragen konsepnya dari awal, semua yang berpoensi bisa efektif dalam mengajak masyaraat dalam menunaikan rukun islam yang ketiga insyaAllah kita gunakan, jadi seperti twiter, facebook, instagram, tiktok, website, dan sebgainya insyaAllah kita gunakan untuk berdakwah. untuk akun ini terhubung ke media sosial lain, jadi selain di instagram di media sosial lain juga muncul postingannya. Sangat bagus untuk menyebarkan informasi ke masyarakat yang tidak memiliki instagram

Peneliti : Mulai kapan menggunakan media sosial instagram ?

Narasumber : Sebelum saya di devisi media itu instagram sudah ada tetapi kurang maksimal, dulu followwernya 300 awalnya terus berjalannya waktu alhamdulillah sudah 11000

Peneliti : Kenapa menggunakan media sosial Instagram dalam penyampaian ZIS ?

Narasumber : Di Lazismu Sragen kan kita basisnya dakwah ya mas, kita melakukan pendekatan-penekatan ke masyarakat, kita menjangkau seluruh elemen masyarakat, ketika temen-temen milenial itukan

pendekatannya lebih ke instagram dan kita juga berusaha mengikuti tren, instagram merupakan aplikasi simpel. Kalau saya amati tahun ke tahun penggunaannya semakin bertambah, jadi ya kita gunakan instagram dalam penyebaran informasi. Instagram dalam mencari sesuatu lebih mudah dengan menggunakan hastag, lokasi, dan arroba. hastag kita juga pakai itu walaupun kadang juga enggak terlalu bagus tapi tetap kita manfaatkan agar memudahkan masyarakat mencari informasi, di reels itu yang lagi tren tentang ini bisa kita manfaatkan mengenai program kita. Live streaming itu kemarin sebenarnya cuman kajian eksekutif sama ketika monitoring umkm, tapi yang liat kurang banyak jadi mending kita upload di youtube, paling enggak masyarakat sadar dulu adanya Lazismu Sragen habis itu fokus pengetahuan ZIS lalu endingnya masyarakat bisa menunaikan rukun islam ke tiga, kalau misalnya temen-temen yang umurnya 40 keatas itukan mungkin bisa facebook, tapi untuk temen-temen yang milenial lebih ke instagram

Peneliti : Dakwah mengenai zakat, infak, sedekah sebelum corona dan setelah corona apakah berbeda ?

Narasumber : Yang pasti beda mas, ketika corona awal-awal itu masyarakat ketakutan terhadap corona dan sebagainya, kita juga ada kebijakan dari pemerintah yang berdampak pada Lazismu Sragen, Jadi semisal kita dari tim penghimpun dana ada pembatasan-pembatasan, dampak dari itu ketika covid kita berusaha lebih ke media

Peneliti : Informasi apa saja yang ada di instagram selain informasi mengenai ZIS ?

Narasumber : Jadi ada beberapa tipikal, ada edukasi, ada call of action, dan ada informasi. Jadi edukasi itu lebih ke umum seperti informasi mengenai tips menempuh pendidikan, jadi tidak melulu mengenai zakat. Masyarakat juga ada yang bertanya mengenai dana zakat

tersebut digunakan untuk apa saja ?, nah media sosial itu kita gunakan untuk bentuk transparansi penyaluran dana zakat

Peneliti : Dalam sehari itu bisa berapa postingan ?

Narasumber : tiga sampai empat, kalau akhir-akhir ini karena dekat Ramadhan jadi lebih banyak dari biasanya

### Lampiran 3 Transkrip Wawancara 2

Transkrip wawancara 2

Tanggal : 4 juni 2022

Waktu : 16.15

Wawancara dengan Riski Arif selaku manajer program dan media

Peneliti : Apa manfaat setelah menggunakan Instagram dalam informasi ZIS ?

Narasumber : Kadang masyarakat itu DM melalui instagram, jadi ada yang transfer setelah melihat postingan kami, walaupun kadang dateng ke kantor karena dapet informasi melalui instagran dan langsung cek lokasi, selain itu instagram itu kitakan harus buat pamflet kalau online kalau offline kita juga ada yang menyebarkannya lewat dor dor yang kadang kita juga share pamflet yang ada di instagram, ketika kita share di WA dan sebagainya itu banyak dapet respon dari masyarakat yang ingin donasi. Nah terkait kerjasama, beberapa kita juga melakukan kerjasama, seperti beberapa instansi, dulu di lapas, terus dengan mahasiswa IAIN juga, terus kadang dengan komonitas-komonitas, dan yang lainnya.

Peneliti : Untuk konten itu apa ada tim kreatifnya pak ?

Narasumber : Untuk konten kita ada devisi program dan media, bagian jurnalis yang buat captionnya, ada yang buat desain grafisnya, ada yang buat vidionya, untuk vidio kita kejasama dengan tim Ruang Kreatifmu, jadi dulu temen-temen yang punk terus hijrah terus lebih bermanfaat dengan membuat konten-konten dakwah dengan di bina Lazismu Sragen

Peneliti : Apa kesulitan dalam media sosial ?

Narasumber : Kesulitan sih ada, harus menyesuaikan tren masyarakat agar kita tidak tertinggal

Peneliti : Jam berapa biasanya untuk postingan ?

Narasumber : kan ada yang namanya prime time, bisa dilihat di inside, di situ kita bisa melihat jam berapa masyarakat paling banyak di jam sekian, yang paling utama itu kalau di kita jam 9 dan jam 3. Kita kan juga ada moment di ZISWAF saat Ramadhan sama idhul adha

#### **Lampiran 4 Transkrip Wawancara 3**

Transkrip Wawancara 3

Tanggal : 20 Januari 2023

Waktu : 13.22

Wawancara dengan Riski Arif selaku manajer program dan media

Peneliti : Bagaimana *Planning*/rencana Lazismu Sragen dalam menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi ZIS dan apakah juga ada rencana melalui postingan tersebut untuk meningkatkan fundrising ?

Narasumber : Di Lazismu Sragen postingan itu direncanakan, jadi ada dua postingan yang pertama foto dan yang kedua video, postingan tersebut berisi edukasi, informasi mengenai kegiatan Lazismu Sragen dan postingan mengenai crowdfunding yang diarahkan ke website Lazismu Sragen yang di fokuskan lagi ke rekening Lazismu Sragen

Peneliti : Ada tidak tim khusus yang mengelola akun tersebut ? Lalu apakah tim fundrising juga terdapat didalamnya ?

Narasumber : di Lazismu ada divisi Program dan Media, dan media ini sendiri fokus ke online dan offline, onlinenya salah satu tugasnya adalah

pengoptimalan program media sosial tersebut, dan fundrising secara online juga terdapat di devisi ini

Peneliti : Apakah semua karyawan yang ada di Lazsimu Sragen ikut membranding lembaga ini melalui media sosial mereka ?

Narasumber : iya jadi setiap hari temen-temen memposting di statusnya masing-masing

Peneliti : Apakah dari Lazismu Sragen punya target dalam membranding lembaganya melalui Instagram baik dari segi fundrising dan jumlah followers atau bertambahnya pengunjung ke kantor ?

Narasumber : Jadi target dari media sosial ini adalah mencari donator melalui transfer, kita setiap tahunnya meningkat 10% dan jumlah followernya bertambah 1000

Peneliti : Apakah ada evaluasi dari tim media dan berapa waktu yang dibutuhkan ?

Narasumber : Evaluasi itu kita tiap postingan saya evaluasi terlebih dahulu sebelum di posting, lalu setiap minggu kita ada evaluasi namanya weekly report khusus tim media dan di tiap bulannya atau mounty report kita evaluasi bersama badan pengurus, lalu ada evaluasi tahunan

## Lampiran 5 Transkrip Observasi

### Catatan Observasi

Pada tanggal 2 Januari 2023, peneliti melakukan observasi kepada tim media Lazismu Sragen, dimana ada yang membuat desain banner untuk persiapan event Ramadhan menggunakan CoralDraw, saya mengamati di dalam postingan tersebut ada beberapa unsur penting, diantaranya tulisan yang bermaksud menyambut bulan suci Ramadhan dengan kata-kata “Selamat Hari Suci Ramadhan”, lalu ada juga doa dalam banner tersebut, tidak lupa dicantumkan logo dan semua sosial media yang ada di Lazismu Sragen. Setelah banner tersebut jadi, dikonsultasikan ke tim media yang lain untuk di evaluasi jika ada yang kurang, jika dirasa sudah bagus maka akan disimpan untuk dipersiapkan di cetak dikemudian hari.

Setelah melakukan observasi ke pegawai yang membuat banner, saya selanjutnya melakukan observasi kepada tim media yang membuat desain buat postingan di Instagram, desain tersebut berisikan cara berdonasi melalui scan QR yang dimana nanti diarahkan langsung ke website dari Lazismu Sragen, sama dengan pegawai yang pertama, menggunakan CoralDraw dalam mengeditnya dengan di dalamnya terdapat kode scan QR, foto website dari Lazismu Sragen, juga diberikan informasi apa saja yang terdapat dalam website yang bisa di akses melalui QR tersebut dan tidak lupa ada logo dari Lazismu Sragen. Sama dengan yang pertama, setelah desain jadi maka dievaluasi oleh tim media agar mendapat saran dan kritik.

## Lampiran 4 Dokumentasi

### Dokumentasi



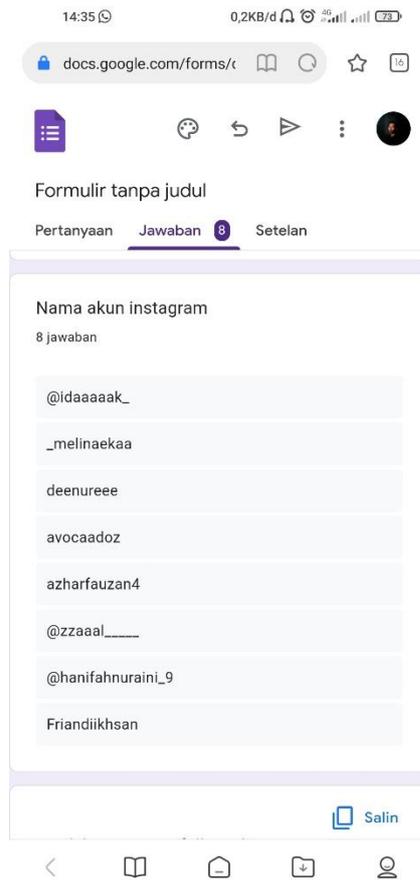
Gambar 1.1

Peneliti dengan Riski Arif selaku manajer program dan media



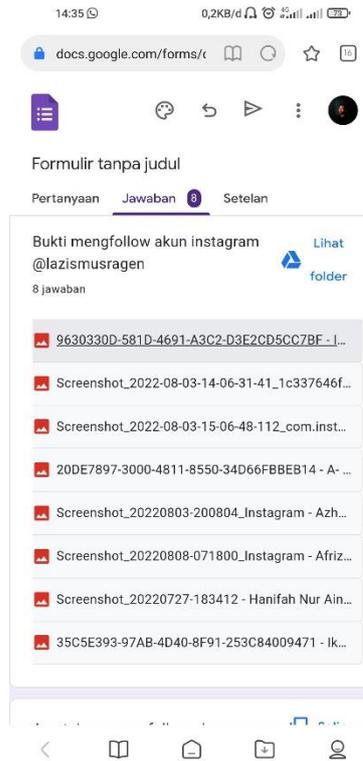
Gambar 1.2

Peneliti dengan riski arif selaku manajer program dan media untuk wawancara kedua



Gambar 1.3

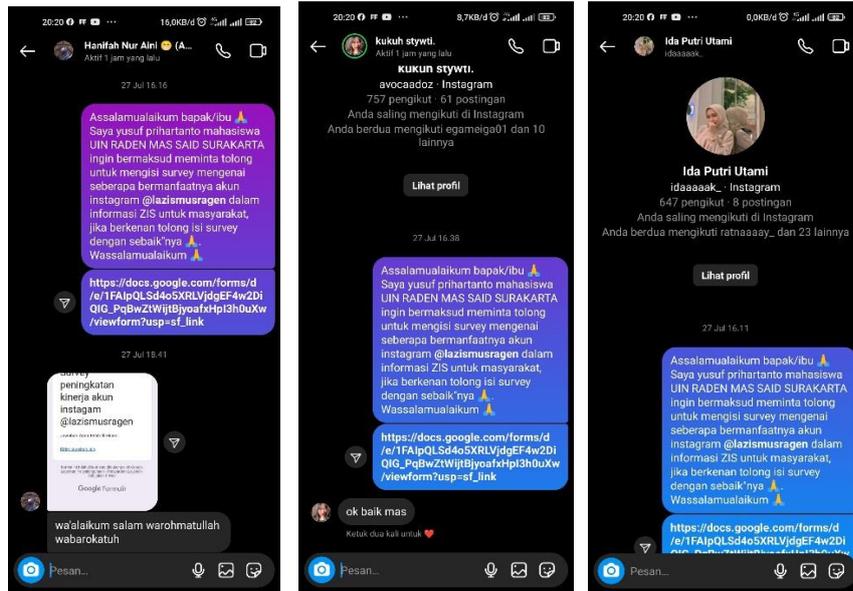
Nama akun yang mengisi survei



Gambar 1.4

Bukti responden mengfollow akun @Lazismu\_Sragen





Gambar 1.5

Bukti sebar link surve



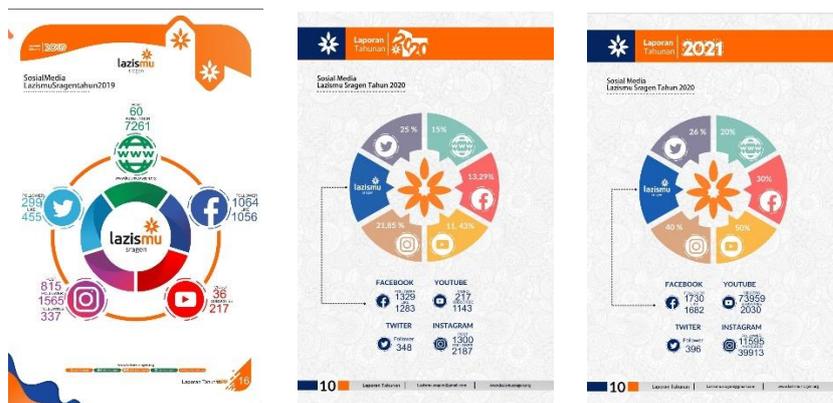
Gambar 1.6

Profil akun @Lazismu\_Sragen



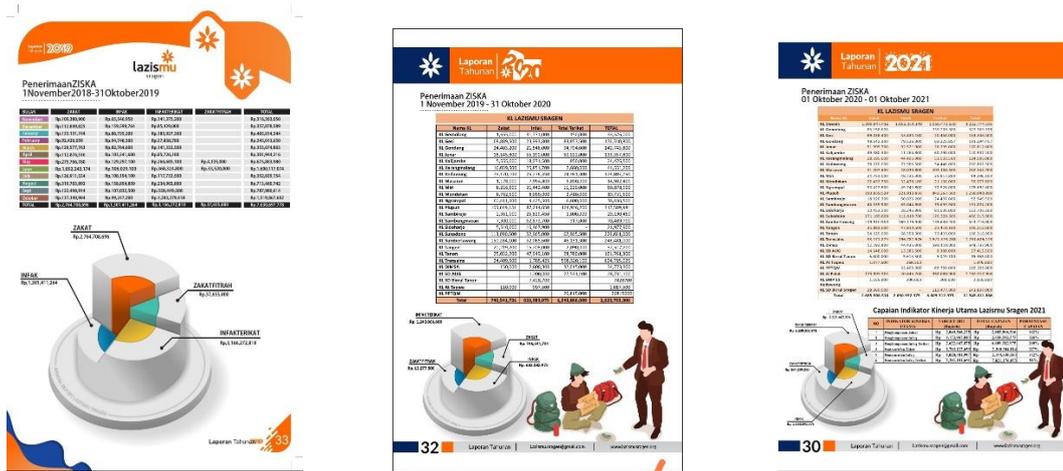
Gambar 1.7

Postingan akun @Lazismu\_Sragen



Gambar 1.8

Peningkatan media sosial Lazismu Sragen



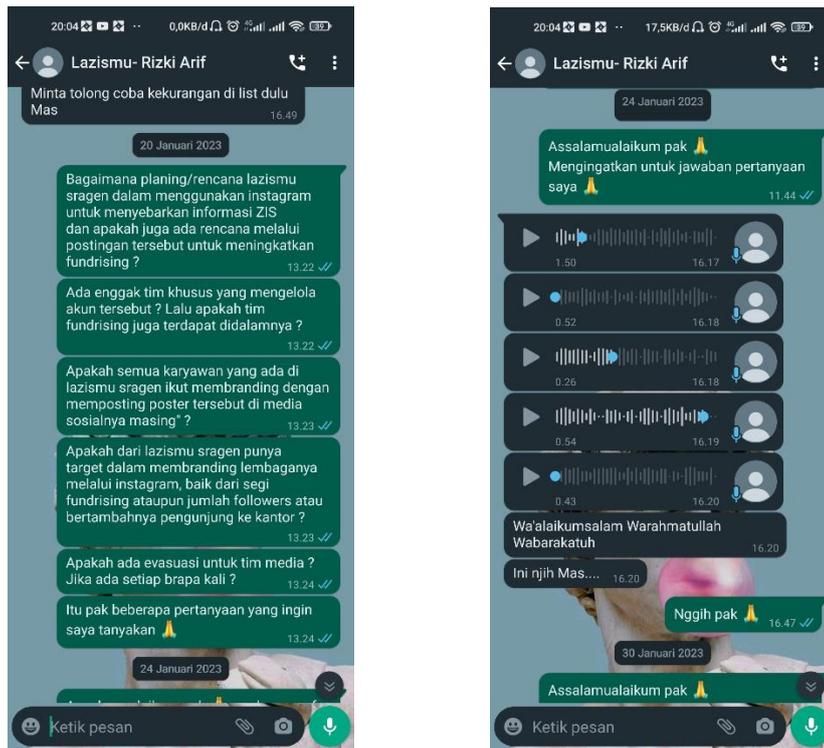
Gambar 1.9

Laporan tahunan pengumpulan dana Lazismu Sragen



Gambar 2.1

Dokumentasi



Gambar 2.2

Wawancara via WA dengan Rizki Arif selaku manajer media

**Lampiran 5 Jadwal Penelitian**

**Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup****DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Yusuf Prihartanto  
 NIM : 172141006  
 Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 09 Februari 1999  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Agama : Islam  
 Alamat : Gatak, Rt/Rw 04/01, Gagaksipat, Ngemplak, Boyolali  
 Nama Ayah : Parjoko  
 Nama Ibu : Suyamti  
 No Hp/WA : 088220287401  
 E-mail : [yusufprihartanto6@gmail.com](mailto:yusufprihartanto6@gmail.com)

**Riwayat Pendidikan**

<b>NO</b>	<b>Tahun Lulus</b>	<b>Jenjang</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Jurusan</b>
1.	2005	TK	TK Pertiwi	-
2.	2011	SD	MIN 2 Gagaksipat	-
3.	2014	SMP	MTsN Ngemplak	-
4.	2017	SMA	MAN 2 Surakarta	IPS
5.	2022	S-1	UIN Raden Mas Said Surakarta	MAZAWA

Surakarta,

Yusuf Prihartanto