PERAN BAITUL MAL DALAM MENINGKATKAN LITERASI ZAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL DI KOTA LANGSA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Prodi Manajemen Zakat Dan Wakaf Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa

Oleh:

VINA MAULIZA

NIM. 4042021003



PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA

2025 M/1447 H

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

PERAN BAITUL MAL DALAM MENINGKATKAN LITERASI ZAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL DI KOTA LANGSA

Oleh :

Vina Mauliza

Nim : 4042021003

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Program Studi Manajemen Zakat Dan Waqaf

Langsa,

Pembimbing I

Friska Anggi Siregar, S.H., M.H
NIP. 19861225 202012 2 014

Pembimbing II

21/7/25

Akmal, SHI, M.E.I
NIP. 19820623 202321 1 012

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Zakat Dan Waqaf

Nanda Safarida, S.E., M.E
NIP. 19831112 201903 2 005

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul **"Peran Baitul Mal Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Melalui Media Sosial Di Kota Langsa"** An Vina Mauliza NIM 4042021003 Program Studi Manajemen Zakat Dan Waqaf telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 12 Agustus 2025

Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Zakat Dan Waqaf

Langsa, 12 Agustus 2025

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Manajemen Zakat Dan Waqaf

Ketua / Penguji I

Friska Anggi Siregar, S.H., M.H
NIP. 19861225 202012 2 014

Seketaris / Penguji II

Anis Kurlillah, M.Sh
NIP. 19880325 202203 1 001

Penguji III / Anggota

Dr. Early Ridho Kismawadi, MA
NIP. 19891111 202012 1 015

Penguji IV / Anggota

Nanda Safarida, S.E., M.E
NIP. 19831112 201903 2 005

Mengetahui,
Dekan Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Langsa

Dr. Muhammad Amin, M.A.
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:

Nama	: Vina Mauliza
Nim	: 4042021003
Tempat / Tgl. Lahir	: Langsa, 30 mei 2002
Perkerjaan	: Mahasiswa IAIN langsa
Alamat	: Jl. Syiah Kuala Lr.P.Husin Dsn Mane Gampong Tualang Teungoh Kecamatan Langsa Kota, Kabupaten Kota Langsa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "Peran Baitul Mal Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Melalui Media Sosial Di Kota Langsa" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat persyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Vina Mauliza

MOTTO

فَاصْبِرْ اِنَّ وَعْدَ اللهِ حَقٌّ

“ Dan Bersabarlah Kamu, Sesungguhnya Janji Allah Adalah Benar”

(Q.S Ar-Rum:60)

"Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaan mu sebagai manusia"

(Baskara Putra - Hindia)

- Jika buka karena Allah yang mampukan, aku mungkin sudah lama menyerah.

(Q.S Al-Insyirah: 05-06)

"Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan"

(Boy Candra)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَن الرَّحِيم

Alhamdullilahirabil alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala kemudahan, limpahan rahmat dan karunianya yang engkau berikan selama ini.

Kupersembahkan Karya Kecil ini sebagai tanda bukti cinta tulus kepada :

Ayahanda Saifin Ali Dan Ibunda Erlina Wati

Dan Adik-Adikku

Bapak Dan Ibu Pembimbing

Bapak Dan Ibu Pembimbing Terimakasih Telah Membantu Penulis Dalam Menyelesaikan Skripsi Ini Tanpa Lelah Dan Bosan.

Teman-Teman K.u

Khususnya Jurusan Manajemen Zakat Dan Waqaf Seperjuangan Dan Seangkatan 2021 Khususnya MZW

Almamater tercinta IAIN Langsa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran Baitul Mal dalam meningkatkan literasi zakat melalui pemanfaatan media sosial di Kota Langsa. Rendahnya literasi zakat di tengah masyarakat menjadi tantangan yang harus diatasi untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam kewajiban zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui wawancara mendalam dengan pihak Baitul Mal, pengamatan aktivitas media sosial, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Baitul Mal Kota Langsa memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk menyebarluaskan informasi tentang zakat, termasuk hukum, jenis, manfaat, serta tata cara penyaluran zakat. Strategi yang diterapkan antara lain penggunaan desain konten visual yang menarik. Meskipun terdapat tantangan seperti keterbatasan SDM dan keterjangkauan teknologi masyarakat tertentu, upaya ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan antusiasme masyarakat terhadap zakat. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kapasitas digital Baitul Mal dan peningkatan keterlibatan masyarakat secara interaktif di media sosial sebagai strategi keberlanjutan.

Kata Kunci: Baitul Mal, literasi zakat, media sosial, Kota Langsa, edukasi zakat

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the role of Baitul Mal in enhancing zakat literacy through the use of social media in Langsa City. The low level of zakat literacy among the public presents a significant challenge in increasing awareness and participation in zakat obligations. This research uses a qualitative approach with a descriptive method, involving in-depth interviews with Baitul Mal officials, observation of social media activities, and documentation analysis. The findings reveal that Baitul Mal of Langsa City utilizes various social media platforms such as Instagram, Facebook, and WhatsApp to disseminate information about zakat, including its legal basis, types, benefits, and distribution mechanisms. Strategies include the use of visually engaging content, educational campaigns, and collaborations with religious figures and local influencers. Despite challenges such as limited human resources and unequal access to digital technology among certain community groups, these efforts have proven effective in improving public understanding and enthusiasm toward zakat. The study recommends strengthening the digital capacity of Baitul Mal and increasing interactive public engagement on social media as a sustainable strategy.

Keywords : Baitul Mal, zakat literacy, social media, Langsa City, zakat education

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَن الرَّحِيم

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Segala puji serta Syukur kehadirat Allah SWT, Berkat Rahmat Dan Hidayah-Nya maka peneliti dapat menulis Skripsi yang berjudul, "**Peran Baitul Mal Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Melalui Media Sosial Di Kota Langsa**" dengan baik. Sholawat beriringkan salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan menuju alam yang berilmu pengetahuan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, perkenankan peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA, selaku Dekan Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Langsa.
3. Ibu Nanda Safarida, M.E, selaku Ketua Prodi Manajemen Zakat Dan Waqaf Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Ibu Friska Anggi Siregar, M.H selaku pembimbing I saya yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Akmal, SHI, M.E.Iselaku pembimbing II saya yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada penilti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Bapak Akmal, SHI, M.E.I selaku Kepala Laboratorium Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

7. Segenap Dosen Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dan Program Studi Manajemen Zakat Dan Waqaf yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu penegetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
8. Segenap Staff TU Prodi Manajemen Zakat Dan Waqaf dan yang memberikan kemudahan administratife bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Saifin Ali. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
10. Pintu surgaku, Ibunda Erlina Wati, Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, tapi semangat motivasi serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
11. Kepada adik-adik saya tersayang Uswatul Husna dan Imam Al-Farizi terimakasih banyak atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
12. Sahabat penulis dibangku perkuliahan yang selalu membersamai dalam empat tahun ini yaitu: Fitri Nabila, Ningroom Sidabutar, Putri Nathasyah yang banyak membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan tak pernah henti saling meyemangati.
13. Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis diriku sendiri, Vina Mauliza. Seorang anak sulung yang berusia 23 tahun, sangat keras kepala dan yang penuh ambisi, namun sifatnya seperti anak kecil seusianya. Terima kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri. Rayakan kehadiranmu sebagai berkah di mana pun kamu menjejakkan kaki. Jangan sia-siakan

usaha dan doa yang selalu kamu langitkan. Allah sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu, dan semoga Allah selalu meridhai setiap langkahmu serta menjagamu dalam lindungan-Nya. Aamiin.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyajikan skripsi ini sudah berupaya untuk menuliskan dengan baik, akan tetapi "tidak ada gading yang tidak retak", maka dengan kerendahan hati penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penulisan dikemudian hari.

Semoga skripsi yang dituliskan penulis dapat bermanfaat. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan salam sejahtera untuk kita semua.Langsa,

Penulis

Vina Mauliza

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini Sebagian dilambangkan dengan huruf dan Sebagian diilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf lain :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṡ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)

ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	`Ain	`	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	a
ـِ	Kasrah I	I	i
ـُ	Dammah	U	u

b. Vocal Rangkap

Vocal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَيْ	Fathah dan ya	Ai	A dan i
ـَوْ	Fathah dan wau	Au	A dan u

Contoh :

Kataba = كَتَبَ

Fa'ala = فَعَلَ

Żakira = ذَكِيرَةٌ

YaŻhabu = يَذْهَبُ

Suila = سُئِلَ

Kaifa = كَيْفَ

Haula = حَوْلَ

3. Maddah

Maddah atau vocal Panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harakat dan Hrakat	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَا / ـَى	Fathah dan alif	Ā	A DAN GARIS DI ATAS
ـِى	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
ـُو	Dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh :

Qāla	=	قَالَ
Ramā	=	رَمَى
Qila	=	قِيلَ
Yaqūlu	=	يَقُولُ

4. Ta Marbutah

Transliterasinya ta marbutah ada dua :

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah/t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapatkan harakat sukun, transliterasinya adalah/h/.

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang mengunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu transliterasinya dengan **ha (h).**

Contoh :

Rauḍah al-Aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Rauḍhatul aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-Madīnah al-Munawwarah	=	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
Ṭalḥah	=	طَلْحَةُ

5. Syaddah (Tasyid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasinya ini tanda syaddah

tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

Rabbana = رَبَّنَا

Nazzala = نَزَّلَ

al- Birr = اَلْبِرّ

al – hajj = اَلْحَجّ

Nu'imma = نُعِمَّ

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasinya ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesui dengan bunyinya, yaitu huruf /ل/ diganti dengan huruf yang sama dengan yang huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan sesuai dengan bunyinya.

ar-Rajulu = الرَّجُلُ

as-Sayyidatu = السَّيِّدَةُ

as-Syamsu = الشَّمْسُ

al-Qalamu = القَلَمُ

al- Badī'u = البَدِيعُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengan dan akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia di lambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

Contoh :

Ta'khuẓūna = تَأْخُذُونَ

an-Nau' = النَّوْعُ

Syai'un = شَيْءٌ

Inna = إِنَّ

Umirtu = أُمِرْتُ

Akala = أَكَلَ

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, isim maupun *harf* ditulis terpisah, hanya kata tertentu yang penulisnya dengan huruf Arab sudah lazim di rangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan sehingga transliterasinya, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh **:**

وَإِنَّهُ لَهُوَ خَيْرُ
الرَّازِقِينَ

Wa innahu lahuwa khair ar - rāziqīn

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ
وَالْمِيزَانَ

Fa aufu al-kaila wa al-mīzān

Fa auful- kaila wa-mīzān

إِبْرَاهِيمُ
الْخَلِيل

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmul-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا
وَمُرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ
إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi 'alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

Walillāhi 'alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasinya ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya : huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan pemulaan kalimat. Bila mana nama dari itu di dadului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama dari tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh **:**

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا

رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illa rasūl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي

بِبَكَّةَ مُبَارَكًا

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي

أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīh al-Qur'an

Syahru Ramadānal-lazī unzila fīhil-Qur'an

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ

الْمُبِينِ

Wa laqad rahu bi al-ufuq al-mubīn

Wa laqad rahu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ

الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-ālamin

Alhamdu lillāhi rabbil-ālamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللهِ وَفَتْحٌ

قَرِيبٌ

Naṣrun minallāhi wa fatḥun qarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ

جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ

عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginnginkan kefasihan dalam bacaan, pedomantransliterasinya ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI ..... **xx**
DAFTAR TABEL ..... **xxii**
LAMPIRAN ..... **xxiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 8
1.3 Batasan Masalah 8
1.4 Rumusan Masalah 9
1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian 9
2.1.1 Tujuan Penelitian 9
2.1.2 Manfaat Penelitian 9
1.6 Penjelasan Istilah 10
1.7 Sistematika Penulisan 13
BAB II LANDASAN TEORETIS **16**
2.1 Literasi 16
2.2.1 Pengertian Literasi 16
2.2.2 Jenis jenis literasi 19
2.2.3 Defenisi Literasi Zakat ..... **Error! Bookmark not defined.**
2.2 Media Sosial 20
2.2.1 Pengertian Media Sosial 20
2.2.2 Jenis-jenis Media Sosial 22
2.3 Zakat 25
2.3.1 Pengertian Zakat 25
2.3.2 Jenis-jenis Zakat 26
2.3.3 Syarat-syarat Zakat 30
2.3.4 Pengelolaan Zakat di Indonesia 33
2.4 Peran Baitul Mal Dalam Meningkatkan Literasi Zakat 34
2.4.1 Strategi Penyebaran Informasi Zakat Melalui Media Sosial 35
2.4.2 Efektivitas Media Sosial dalam Edukasi Zakat 36
2.4.3 Tantangan dan Peluang Penggunaan Media Sosial untuk Literasi Zakat 37
2.4.4 *Best Practice* Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Literasi Zakat 38
2.5 Kajian Terdahulu 39
2.6 Kerangka Pemikiran 44
BAB III METODE PENELITIAN **44**
3.1 Jenis Penelitian 44
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 45
3.3 Subjek Penelitian 45
3.4 Sumber Data 46
3.5 Teknik Pengumpulan Data 47
3.6 Teknik Analisis Data 49

3.7 Teknik Pengecekan Keabsahan Data 51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN……..……...… 55
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian ……..... 55
4.1.1 Sejarah Umum Baitul Mal Kota Langsa ……..……...….... 55
4.1.2 Visi Misi Baitul Mal Kota Langsa ……..…….. …….57
4.1.3 Strategi Dan Moto Baitul Mal Kota Langsa….……..…… 58
4.2 Peran Baitul Mal Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Kota Langsa Tentang Zakat ……60
4.3 Kendala Yang Dihadapi Baitul Mal Dalam Memanfaatkan Media Sosial Untuk Meningkatkan Literasi Zakat Di Kota Langsa…. …….64
BAB V PENUTUP ……..…… 68
5.1 kesimpulan …….…… 68
5.2 saran ……..…….... 69
DAFTAR PUSTAKA 72
DAFTAR LAMPIRAN 75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 39
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran..... 45
Tabel 3. 1 Responden..... 46

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara..... 75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki dimensi ibadah sekaligus sosial. Kewajiban ini menuntut setiap Muslim yang memenuhi syarat untuk menyisihkan sebagian hartanya dan menyerahkannya kepada pihak-pihak yang berhak menerima, seperti fakir miskin, amil zakat, dan golongan mustahik lainnya. Zakat memiliki peran sentral dalam membentuk tatanan masyarakat yang berkeadilan. Selain menyucikan harta, zakat bertujuan menciptakan solidaritas sosial dan mengurangi kesenjangan ekonomi. Dalam konteks ekonomi Islam, zakat berfungsi sebagai instrumen distribusi kekayaan yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.[1]

Namun demikian, pelaksanaan zakat di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat literasi zakat di kalangan masyarakat. Banyak umat Islam belum memahami secara utuh mengenai jenis-jenis zakat, syarat wajibnya, dan tata cara penyalurannya. Hal ini berdampak pada rendahnya partisipasi masyarakat dalam membayar zakat, baik secara langsung maupun melalui lembaga resmi. Padahal, zakat bukan hanya kewajiban spiritual, tetapi juga solusi sosial yang konkret dalam menangani kemiskinan dan ketimpangan.

---

[1] Farid, Diana, et al. "Pengaruh Zakat Digital Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di Era Digital." *JSE: Jurnal Sharia Economica* 2.2 (2023): 1-11.

Kemajuan teknologi informasi memberikan peluang besar untuk menjawab persoalan tersebut. Media sosial sebagai produk utama era digital telah mengubah cara manusia mengakses informasi, berkomunikasi, dan membentuk opini. Platform seperti Facebook, Instagram, TikTok dan YouTube menjangkau berbagai kelompok usia dan latar belakang sosial. Media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga medium yang efektif untuk menyampaikan pesan edukatif, termasuk mengenai zakat. Oleh karena itu, lembaga zakat perlu mengadopsi pendekatan digital ini secara lebih strategis untuk meningkatkan literasi zakat di tengah masyarakat.[2]

Literasi zakat melalui media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang cepat, efisien, dan interaktif. Konten visual seperti infografis, video pendek, dan kutipan hadits atau ayat Al-Qur'an yang dikemas dengan menarik terbukti mampu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kewajiban zakat. Penelitian Alifiana Rahmah menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan literasi zakat, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi pengguna dominan platform digital. Generasi Z, misalnya, menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan setelah secara rutin terpapar konten edukasi zakat melalui media sosial.[3]

Selain itu, data dari Laporan Indeks Literasi Zakat (ILZ) 2022 yang dirilis oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) menunjukkan bahwa skor literasi

---

[2] Watajdid, Nurul Islah, et al. "Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 20.2 (2021): h, 169.

[3] Leonita, Emy, and Nizwardi Jalinus. "Peran media sosial dalam upaya promosi kesehatan: Tinjauan literatur." INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi 18.2 (2018): 25-34.

zakat nasional mencapai 75,26, mengalami peningkatan dari 66,78 pada tahun 2020, dan termasuk dalam kategori menengah/moderat.[4] Survei tersebut melibatkan 4.077 responden dari berbagai wilayah di Indonesia. Responden yang aktif mendapatkan informasi zakat dari platform media sosial seperti YouTube dan Instagram terbukti memiliki tingkat literasi zakat yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak mengakses media digital.[5]

Selanjutnya, ILZ 2024 mencatat bahwa skor nasional berada pada angka 74,83, dengan dimensi pengetahuan sebesar 70,83, sikap 85,34, dan perilaku 70,67.[6] Temuan ini menunjukkan konsistensi pemahaman masyarakat terhadap kewajiban zakat meskipun ada sedikit penurunan angka. Masyarakat yang aktif mengikuti akun-akun penyuluhan zakat di media sosial menunjukkan pemahaman yang lebih baik terhadap konsep zakat secara menyeluruh, termasuk mekanisme penghitungan dan penyalurannya. Hal ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam mendukung literasi zakat, namun belum dimanfaatkan secara maksimal oleh seluruh lembaga zakat.

Penelitian Watajdid memperkuat hal tersebut dengan temuan bahwa media sosial, terutama Instagram, berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen digital dan dapat digunakan secara efektif untuk kampanye edukatif. Mereka mencatat bahwa keterlibatan pengguna meningkat secara signifikan ketika pesan disampaikan dalam bentuk visual yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dalam konteks zakat, ini berarti bahwa pendekatan visual dan naratif melalui media

---

[4] Pusat Kajian Strategis BAZNAS, *Laporan Indeks Literasi Zakat Nasional 2022*, Jakarta: BAZNAS, 2022, hlm. 8.
[5] Ibid., hlm. 29.
[6] Pusat Kajian Strategis BAZNAS, Indeks Literasi Zakat Milenial 2024, Jakarta: BAZNAS, 2024, hlm. 10–11.

sosial dapat memainkan peran penting dalam membentuk kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai zakat.[7]

Di tingkat lokal, Kota Langsa sebagai wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim memiliki potensi zakat yang sangat besar. Namun, realitas di lapangan menunjukkan masih rendahnya tingkat literasi zakat di masyarakat. Banyak warga yang belum memahami pentingnya zakat, belum mengetahui mekanisme penghitungan zakat, dan masih bingung dalam menentukan pihak yang berhak menerima zakat. Permasalahan ini menghambat upaya optimalisasi penghimpunan dan distribusi zakat yang pada akhirnya berpengaruh terhadap efektivitas zakat dalam mengatasi kemiskinan.[8]

Berdasarkan observasi penulis dan hasil wawancara dengan pihak terkait, salah satu faktor utama rendahnya literasi zakat di Kota Langsa adalah belum optimalnya pemanfaatan media sosial oleh lembaga zakat, khususnya Baitul Mal Kota Langsa . Dalam wawancara yang dilakukan kepada admin Baitul Mal menyampaikan:

> "Kami menyadari bahwa media sosial adalah sarana penting untuk edukasi zakat, namun sampai saat ini kami masih mengalami keterbatasan dalam hal tenaga pengelola konten. Kami belum memiliki admin khusus yang fokus mengelola media sosial secara profesional".[9]

---

[7] Pimada, Laila M., M. Umar Burhan, and Deni Kurniawan. "Peningkatan Literasi Zakat Lanjutan Pada Masyarakat Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar." Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4.5 (2023): h, 118.

[8] Azizah, Rahma Nanda Nur, and Mutiatus Sofiah. "Pemasaran Digital sebagai Katalis Perubahan: Inovasi dalam Membangun Ketahanan Pesantren." *Jurnal Bintang Manajemen* 2.3 (2024): 29-40.

[9] Wawancara dengan Admin Baitul Mal Kota Langsa, 10 Juni 2025.

Keterangan tersebut mengungkapkan persoalan struktural yang masih dihadapi lembaga zakat di daerah. Ketiadaan sumber daya manusia yang kompeten dalam pengelolaan media sosial menjadi salah satu penyebab belum maksimalnya penyuluhan zakat secara digital. Padahal, media sosial dapat menjadi solusi efektif untuk menjangkau masyarakat dengan cepat dan biaya rendah. Kurangnya perhatian terhadap sektor ini berpotensi memperburuk kesenjangan informasi dan mempersulit proses edukasi zakat di kalangan masyarakat.

Lebih lanjut, masyarakat Kota Langsa juga belum terbiasa memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi edukatif. Dominasi konten hiburan dan kurangnya penyuluhan langsung membuat masyarakat kurang menyadari bahwa media sosial dapat menjadi media pembelajaran. Menurut data BPS Kota Langsa pada Juni 2024, sebanyak 65,89 % dari 182.622 jiwa penduduk berada dalam rentang usia produktif (15–59 tahun), kelompok yang potensial sebagai pengguna aktif media sosial.[10]

Namun, sebagian besar pemanfaatan platform digital di Kota Langsa masih terbatas untuk konten sosial dan hiburan, sedangkan konten edukatif terkait zakat belum berkembang signifikan. Selain itu, tingkat pendidikan menengah ke perguruan tinggi di Kota Langsa hingga pertengahan 2024 masih tergolong rendah, yaitu hanya 10,24% masyarakat mencapai pendidikan S1 ke atas, sehingga diperlukan konten yang mudah dipahami dan relevan dengan latar belakang sosial-budaya mereka. Oleh karena itu, sangat penting bagi lembaga zakat dan pemerintah

[10] Badan Pusat Statistik Kota Langsa, “Mayoritas Penduduk Kota Langsa pada 2024 adalah Usia Produktif”, dikutip dari Katadata (02 Agu 2024), 120.326 jiwa atau 65,89% dari total 182.622 jiwa.

daerah untuk membangun ekosistem edukasi digital yang kuat. Strategi ini harus mencakup pelatihan profesional untuk pengelola media sosial, pengembangan konten yang disesuaikan dengan karakteristik lokal, serta kolaborasi dengan komunitas digital dan tokoh agama. Langkah ini sangat krusial untuk meningkatkan kualitas konten edukatif dan mendorong masyarakat menganggap media sosial sebagai sarana pembelajaran zakat.[11]

Peningkatan literasi zakat perlu dilakukan secara komprehensif, baik melalui pendekatan formal maupun informal. Pendekatan formal dapat dilakukan melalui integrasi materi zakat dalam kurikulum pendidikan Islam di sekolah, agar siswa memahami zakat sejak dini sebagai bagian dari ajaran agama dan tanggung jawab sosial. Sementara itu, pendekatan informal dapat dilakukan melalui pelatihan masyarakat, kampanye digital, serta kolaborasi antara lembaga zakat dengan tokoh masyarakat dan komunitas lokal.

Media sosial memiliki potensi luar biasa untuk mendukung strategi tersebut. Berdasarkan data Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Langsa tahun 2024, lebih dari 72% warga Kota Langsa merupakan pengguna aktif media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan jalur yang relevan dan efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Konten yang menarik dan mudah dipahami, ditambah dengan pendekatan yang komunikatif, diyakini dapat meningkatkan literasi zakat secara signifikan.[12]

---

[11] Irfan Fadhlurrahman, "18,7 Ribu Penduduk Kota Langsa Berpendidikan Tinggi pada Pertengahan 2024", Katadata (04 Feb 2025): hanya 10,24% penduduk berpendidikan S1–S3.

[12] Yanto, Ari, Murni Yanto, and Emmi Kholilah Harahap. *Strategi Kepala Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Rejang Lebong Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Era Globalisasi Pendidikan*. Diss. Institut Agama Islam Negeri Curup, 2024.

Agar strategi ini berjalan efektif, lembaga zakat seperti Baitul Mal perlu melakukan transformasi digital, mulai dari pelatihan SDM, pengembangan strategi komunikasi digital, hingga optimalisasi kolaborasi dengan influencer atau tokoh agama yang memiliki jangkauan luas di media sosial. Langkah-langkah ini akan membantu meningkatkan kepercayaan publik, memperluas jangkauan informasi zakat, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengumpulan dan distribusi zakat.[13]

Penelitian ini berfokus pada peran Baitul Mal dalam meningkatkan literasi zakat melalui media sosial di Kota Langsa. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana media sosial telah digunakan oleh lembaga Baitul Mal dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat Kota Langsa , mengidentifikasi hambatan yang dihadapi, serta merumuskan strategi yang lebih efektif dan kontekstual. Penelitian ini juga mencoba memahami respon dan pola perilaku masyarakat Kota Langsa dalam mengakses informasi zakat melalui media sosial.

Dengan melihat potensi media sosial dan tantangan aktual di Kota Langsa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam menyusun solusi strategis yang aplikatif dan berbasis kebutuhan lokal. Edukasi zakat yang memadai akan mendorong kesadaran masyarakat untuk menunaikan kewajibannya, sekaligus memperkuat fungsi zakat sebagai instrumen kesejahteraan sosial. Kebiasaan masyarakat yang belum memanfaatkan media sosial secara efektif

---

[13] Jenita, Jenita, et al. "Pemanfaatan Teknologi Dalam Menunjang Pembelajaran: Pelatihan Interaktif Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4.6 (2023): 13121-13129.

sebagai sumber informasi edukatif juga menjadi faktor penting. Berdasarkan latar belakang masalah ini, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai peran Baitul Mal dalam meningkatkan literasi zakat melalui media sosial di Kota Langsa dengan judul skripsi **"PERAN BAITUL MAL DALAM MENINGKATKAN LITERASI ZAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL DI KOTA LANGSA."**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman masyarakat Kota Langsa tentang zakat.
2. Kurangnya sosialisasi Baitul Mal terhadap efektifitas media sosial dalam penyebaran informasi dan pengetahuan masyarakat Kota Langsa pada pemahaman zakat.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada peran media sosial dalam meningkatkan literasi zakat di Kota Langsa . Penelitian ini akan menyoroti bagaimana platform digital seperti Instagram, Facebook dan YouTube digunakan oleh lembaga zakat untuk menyebarkan informasi dan edukasi terkait zakat kepada masyarakat. Selain itu, penelitian ini hanya mencakup wilayah Kota Langsa dan tidak akan membahas daerah lain di luar Kota tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai efektivitas media sosial dalam meningkatkan pemahaman zakat di kalangan masyarakat Kota Langsa, tanpa melibatkan konteks wilayah lain.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran Baitul Mal melalui media sosial dalam meningkatkan pemahaman masyarakat Kota Langsa tentang zakat?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi Baitul Mal dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan literasi zakat di Kota Langsa ?

1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana peran Baitul Mal melalui media sosial dalam meningkatkan pemahaman masyarakat Kota Langsa tentang zakat
2. Untuk mengetahui Bagaimana kendala yang dihadapi Baitul Mal dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan literasi zakat di Kota Langsa .

1.5.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa

2. Manfaat Praktis

   Sebagai bahan masukan bagi lembaga Baitul Mal zakat dalam menentukam kebijakan yang perlu di ambil untuk meningkatkan minat membayar zakat di Kota Langsa.

3. Sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat untuk mau membayar zakat di Baitul Mal Kota Langsa.
4. Sebagai sumber referensi bagi penelitian selanjutnya yang tertarik meneliti permasalahan yang sama.

1.6 Penjelasan Istilah

1. Literasi

   Literasi merupakan kemampuan individu untuk memahami, menganalisis, dan menggunakan informasi secara efektif dalam berbagai konteks. Menurut Yuliati, literasi tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup keterampilan kritis dalam mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi, terutama di era digital seperti Revolusi Industri 4.0. Literasi media, sebagai bagian dari literasi secara umum, menjadi penting dalam membentuk karakter tanggung jawab siswa, karena membantu mereka menyaring informasi yang valid dan menghindari penyebaran konten yang tidak bertanggung jawab. Dengan demikian, literasi media berperan sebagai fondasi dalam membekali generasi muda untuk menghadapi tantangan dan dinamika di era yang penuh dengan arus informasi yang cepat dan kompleks.[14]

2. Media Sosial

   Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan menciptakan konten

[14] Yuliati, Puji Utami. "Membangun Karakter Tanggung Jawab Siswa Melalui Literasi Media Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0." Prosiding Seminar Internasional Kolokium 2020. 2020.

secara daring. Menurut Rafiq, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi antarpribadi, tetapi juga memiliki peran signifikan dalam memengaruhi perubahan sosial dalam masyarakat. Melalui media sosial, individu dapat menyebarkan ide, opini, dan gerakan sosial dengan cepat dan luas, sehingga mampu membentuk opini publik dan mengubah pola pikir serta perilaku masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar alat hiburan, tetapi juga menjadi kekuatan transformatif yang berdampak pada dinamika sosial, budaya, dan politik.[15]

3. Zakat:

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh umat Muslim yang memenuhi syarat tertentu, baik zakat fitrah maupun zakat mal. Menurut Putra, Marliyah, dan Siregar, zakat dalam perspektif syariah adalah bentuk ibadah yang memiliki dimensi sosial dan ekonomi, di mana harta yang dikeluarkan bertujuan untuk membersihkan jiwa dan harta, serta membantu mengurangi kesenjangan sosial dengan mendistribusikan kekayaan kepada golongan yang berhak menerimanya (*mustahik*). Zakat juga dipandang sebagai instrumen keadilan ekonomi dalam Islam, karena mampu mendorong pemerataan kesejahteraan dan mengurangi kemiskinan. Dengan demikian, zakat tidak hanya memiliki nilai spiritual, tetapi juga

[15] Rafiq, Ahmad. "Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat." Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik 3.1 (2020): 18-29.

berperan penting dalam membangun tatanan sosial yang lebih adil dan seimbang.[16]

4. Peran Baitul Mal dalam meningkatan Literasi Zakat

Baitul Mal merupakan lembaga yang berperan penting dalam mengelola dan mendistribusikan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sebagai lembaga resmi yang dibentuk oleh pemerintah daerah, Baitul Mal memiliki tanggung jawab tidak hanya dalam aspek pengumpulan dan penyaluran zakat dan juga dalam pemahaman masyarakat tentang literasi zakat.

Literasi zakat mencakup pemahaman individu mengenai hukum, manfaat, dan prosedur pelaksanaan zakat. Literasi ini penting agar masyarakat tidak hanya mengetahui zakat sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai instrumen keadilan sosial dan pengentasan kemiskinan. Dalam konteks ini, Baitul Mal berperan sebagai fasilitator dan edukator yang memberikan informasi kepada masyarakat melalui berbagai media dan pendekatan.

Peran strategis Baitul Mal dalam peningkatan literasi zakat dapat dilakukan melalui program sosialisasi, pelatihan, publikasi konten edukatif, dan pemanfaatan media sosial, penggunaan media sosial oleh Baitul Mal menjadi salah satu sarana efektif dalam menyebarkan informasi zakat secara

[16] Putra, Popi Adiyes, Marliyah Marliyah, and Pani Akhiruddin Siregar. "Zakat dan Pajak dalam Perspektif Syariah." Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan 20.1 (2023): 79-92.

luas dan cepat, terutama kepada generasi muda yang lebih aktif di dunia digital.

Selain itu, Baitul Mal juga berperan dalam membangun kepercayaan publik melalui transparansi laporan keuangan dan distribusi zakat yang tepat sasaran. Kepercayaan ini menjadi kunci dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat melalui lembaga resmi.

Dengan demikian, peningkatan literasi zakat melalui peran aktif Baitul Mal sangat penting untuk mendukung optimalisasi potensi zakat di masyarakat. Peran ini tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah muzakki, tetapi juga memperkuat fungsi sosial zakat dalam menciptakan kesejahteraan umat..[17]

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

---

[17] Rahmah, Alifiana. PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN LITERASI ZAKAT BERDASARKAN INDEKS LITERASI ZAKAT BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (STUDI KASUS: GENERASI Z DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA). Diss. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020.

Dalam bab ini diuraikan tentang teori yang digunakan sebagai dasar pembahasan dan Penelitian terdahulu.

BAB III : Metote Penelitian

Dalam Bab Ini diuraikan tentang metode penelitian, lokasi penelitian, objek penelitian, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknis analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Dalam Bab Ini diuraikan tentang gambaran umum lokasi penelitian serta hasil penelitian dan pembahasan yang menjawab seluruh rumusan masalah yang ada.

BAB V : Penutup

Dalam Bab Ini diuraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang peneliti berikan dalam skripsi ini.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah Umum Baitul Mal Kota Langsa

Secara harfiah, Baitul Mal memiliki arti rumah dana. Baitul Mal berfungsi sebagai pengumpul dan penyalur dana untuk kepentingan sosial. Jadi Baitul Mal ialah Lembaga yang mempunyai tugas khusus menangani harta umat, berupa pengeluaran dan pendapatan negara dan tempat untuk mengelola dan menyimpan segala macam harta yang menjadi pendapatan negara.[63]

Di daerah Aceh sendiri pengelolaan dana zakat bukanlah suatu hal yang dianggap asing oleh masyarakat. Hanya saja pada sistem pengelolaannya, masyarakat aceh menerapkan atau mengunakan pengelolaan dana zakat secara tradisional. Sifat tradisional ini bisa dilihat dari kebiasaan masyarakat pada saat bulan Ramadhan, dimana masyarakat mendatangi meunasah atau masjid untuk menyalurkan zakatnya. Dikarenakan masih mengunakan sistem tradisional pada pengelolaan dana zakat maka data mustahik tidak dapat dipastikan kelengkapanya.

Kota Langsa merupakan salah satu pemerintahan Kota di Provinsi Aceh, Indonesia. Kota yang dihuni oleh sejumlah 148.904 jiwa penduduk dengan luas wilayahnya mencapai 262,41Km2 dan terletak di pesisir timur Aceh yang terdiri

---

[63] Dyah Ayu Hasbari. Efektivitas Pemberdayaan Dana Zakat, Infaq, Dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Madiun. *Skiripsi.* Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 2021, h. 26

dari 5 kecamatan dan 51 gampong. Yang merupakan mayoritas penduduknya adalah umat Islam. Ketika terjadinya tsunami di Aceh memporak porandakan Aceh pada 26 Desember 2004, Langsa juga mengalami dampak langsung dari bencana alam itu. [64]

Pada saat perjanjian damai antara Pemerintah R.I Dan GAM disepakati, setelah terjadinya peristiwa tsunami, babak baru kehidupan masyarakat Aceh dimulai pasca konflik yang menyengsarakan rakyat Aceh selama lebih dari 3 (tiga) tahun dasawarsa. Salah satu informasi kehidupan baru itu adalah dilakukannya penerapan Syariat Islam secara kaffah yang dilaksanakan secara bertahap sebagaimana yang disebutkan dalam Undang-Undang No.11 Tahun 2006 tentang Pemerintah Aceh yang memperkuat Undang-Undang No.44 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Keistimewaan Propinsi Istimewa Aceh. Pengelolaan zakat, *infaq* , shadaqah dan waqaf yang menjadi tanggung jawab pemerintah merupakan sebuah keniscayaan dalam sebuah daerah yang menerapkan Syariat Islam.

Maka lahirlah Qanun Aceh No.10 Thun 2007 tentang Baitul Mal yang memberikan kewenagan kepada pihak Baitul Mal yang berada dalam wilayah Provinsi Aceh untuk mengelola zakat, *infaq , shadaqah, waqaf* dab harta agama lainnya dalam rangka mensehjaterakan umat. Pada tanggal 17 Rabiul Awal 1427 H bertepatan dengan 6 april 2006 M Baitul Mal Kota Langsa resmi didirikan.

[64]Hasil wawancara kepada bapak jauwahir selaku seketariat kota Langsa pada tanggal 15 juli 2025

Dengan latar belakang sejarah, Baitul Mal Kota Langsa hadir memberikan jawaban dan kontribusi kepada umat yang berada di Kota Langsa untuk bangkit dari keterpurukan konflik yang bertahun-tahun lamanya dan bencana tsunami yang baru mereka alami.

4.1.2. Visi Misi Baitul Mal Kota Langsa

1. Visi

Menjadi organisasi pengelola zakat, *infaq , shadaqah dan waqaf* yang jujur terpercaya sebagai bagian dari tugas Pemerintah Islam dengan berorientasi kepada kemaslahatan umat, dalam mengentaskan kemiskinan serta memberdayakan ekonomi umat menuju kesejahteraan warga masyarakat yang berlandaskan Syariat Islam .[65]

2. Misi

Misi Baitul Mal Kota Langsa adalah sebagai berikut :

a. Menjalankan tugas dan peran pemerintah sebagai amil pengelola zakat, *infaq* , shadaqah dan waqaf dalam wilayah Pemerintah Kota Langsa .
b. Menigkatkan profesionalisme organisasi Baitul Mal Kota Langsa .
c. Mengoptimalkan kinerja Baitul Mal Gampong dan UPZ-UPZ Instansi/ Perusahaan dalam wilayah Kota Langsa .[66]
d. Mendorong tumbuh kembang kesadaran warga masyarakat dalam berzakat, ber*infaq* , bershadaqah dan berwaqaf.
e. Mendorong kemandirian ekonomi umat dan Lembaga keagamaan.

---

[65]Hasil wawancara kepada bapak jauwahir selaku seketariat kota Langsa pada tanggal 15 juli 2025
[66] Hasil wawancara kepada bapak jauwahir selaku seketariat kota Langsa pada tanggal 15 juli 2025

f. Meberikan pelayanan maksimal bagi donator dengan program-program layanan yang didukung oleh jaringan kerja yang kua, sistem manajemen yang grapidan modern serta amil yang jujur dan terpercaya.

g. Melayani para mustahik secara professional dan dengan penuh kekeluargaan untuk menjabatani hubungan silahturrahim yang utuh anatara para muzaki dan mustahik.

4.1.3. Strategi Dan Moto Baitul Mal Kota Langsa

1. Strategi

Strategi yang digunakan Baitul Mal Kota Langsa adalah sebagai berikut :[67]

a. Memanfaatkan posisi strategis kepemerintahan dengan mendorong dan merancang regulasi- regulasi yang kondusif bagi kelancaran dan keberhasilan zakat, *infaq , shadaqah dan waqaf.*

b. Meningkatkan SDM amil melalui berbagai pendidikan dan pelatihan untuk melahirkan amil professional yang memiliki keahlian dan kapabilitas yang diperlukan organisasi.

c. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mendayagunakan pengelolaan zakat, *infaq* , shadaqahdan waqaf.

d. Melakukan pembinaan dan kordinasi yang intensif terhadap Baitul Mal Gampong dan UPZ-UPZ Perusahaan/Instansi yang berada dalam wilayah Pemerintahan Kota Langsa .

[67]Hasil wawancara kepada bapak jauwahir selaku seketariat kota Langsa pada tanggal 15 juli 2025

e. Menggerakkan berbagai media informasi dan komunikasi untuk memperkuat dakwah kepada kalangan masyarakat sehingga semangat berzakat, ber*infaq* , bershadaqah dan berwaqaf dapat tumbuh dan berkembangdengan baik.
f. Memfasilitasi dan mendorong SDM umat yang potensial dan Lembaga keagamaan yang strategis dengan menigkatkan potensi dan kapabilitasnya melalui program-progam perkembangan diri sehingga ia dapat tumbuh menjadi mandiri.
g. Meningkatkan dan mendayagunakan fungsi zakat, *infaq , shadaqah* dan *waqaf* secara produktif sebagai pelopor pembangunan ekonomi umat.
h. Mendorong kerja sama strategis antar Lembaga-lembaga pengelola zakat, *infaq*, shadaqah dan waqaf untuk mengentaskan kemiskinan dan mensehjaterakan umat secara terukur, terstuktur, berdayaguna dan dapat dipertaggung jawabkan.
i. Menjalin kerja sama yang lebih luas dengan institusi – institusi pengelola zakat, *infaq* , shadaqah, dan waqaf baik dalam lingkup Nasional maupun Internasional untuk sebuah visi pendayagunaan secara global di penjuru dunia.
j. Merancang program-program pendayagunaan dan penyaluran zakat,*infaq* , shadaqah dan waqaf yang kreatif dan reponsif terhadap keperluan umat yang actual.
k. Menempatkan para mustahiq pada posisinya untuk dilayani secara penuh kekeluargaan dengan mendataginya langsung tanpa perantara.
h. Sigap dan tanggap terhadap bencana dan musibah yang menimpa umat.

2. Moto

" jujur dan terpercaya"

4.2 Peran Baitul Mal Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Kota Langsa Tentang Zakat

Kesadaran masyarakat dalam membayar zakat merupakan salah satu faktor yang sangat mendukung dalam meningkatkan jumlah zakat yang terkumpul, khususnya di Kota Langsa , memiliki tingkat kesadaran masyarakat yang rendah dalam membayar zakat ke Baitul Mal Kota Langsa , Di Kota Langsa kebanyakan masyarakat penghasilannya bersumber dari profesi sebagai pegawai negara(PNS), profesi sebagai pedagang, dan sebagian masyarakatnya berprofesi sebagai petani, hal ini tentu saja merupakan modal besar bagi Baitul Mal untuk dapat memaksimalkan pengumpulan zakat dari masyarakat yang menjalani profesi diatas namun hal tersebut nyatanya tidak bisa direalisasikan dengan mudah, menurut observasi peneliti masyarakat Kota Langsa yang telah membayar zakat masih jauh, penyebab terbesar sampai saat ini masih kurang kesadaran masyarakat membayar zakat dan masih minimnya pengetahuan masyarakat mengenai zakat atau pengetahuan tentang suatu kewajiban mengeluarkan zakat bila mana telah mencapai nishab dan haulnya. sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis yaitu kesadaran masyarakat Kota Langsa dalam membayar zakat mal. Bapak Jauwahir selaku seketariat Kota Langsa, mengatakan bahwa:

> “Kesadaran masyarakat Kota Langsa dalam membayar zakat masih sangat rendah dikarenakan pemahaman masyarakat mengenai zakat masih sangat rendah, dan masih sangat kurang sosialisasi mengenai zakat kepada masyarakat, masyarakat gagal dalam membedakan zakat dengan sedekah, mereka lebih memilih bersedekah dibandingkan membayar zakat, dan juga kurang kesadaran bahwa zakat ini memang wajib, karena Sebagian harta kita ada hak orang lain didalamnya padahal Sebagian masyarakat tahu

> bahwa zakat sangat berpengaruh dalam meningkatkan prokonomian masyarakat".[68]

Menurut Bapak Jauwahir bahwa masih rendahnya wawasan dan ilmu pengetahuan masyarakat Kota Langsa mengenai zakat, tidak banyak masyarakat yang mengetahui secara jelas arti sebenarnya zakat itu berserta berapa nishab yang harus dikeluarkan dan kepada siapa saja zakat itu ditujukan, sehingga hal inilah yang menyebabkan kesadaran membayar zakat masih dikategorikan rendah oleh pak Jauwahir.

Masyarakat kadang menyamakan antara sedekah dengan zakat, hal ini juga disebakan karena sosialisasi mengenai zakat kepada masyarakat masih sangat kurang karena sulitnya untuk menentukan titik kumpul masyarakat, sehingga kurangnnya sosialisasi banyak masyarakat yang salah paham mengenai arti zakat, mereka kadang menyatakan mereka telah berzakat padahal yang mereka lakukan adalah bersedekah ke masjid tentu hal ini menjadi hal yang sangat memprihatinkan, tentu dengan kurangnya pemahaman mengenai zakat masyarkat masih banyak yang tidak mengetahui bahwa zakat ini sangat berperan penting dalam meningkatkan prekonomian.

Berdasakan hasil penelitian melalui wawancara yang dilakukan dengan, bapak Deni, S.Sos.I. Selaku Admin Media Sosial Baitul mal mengatakan bahwa kesadaran masyarakat Kota Langsa dalam membayar zakat

> "sebenarnya kami dari pihak baitul mal sudah melakukan dokumentasi dan menguploadnya di media sosial, misalnya di YouTube,Intagram dan juga Facebook, dan yang paling efektif di facebok karena semua kalangan mengunakan akun media tersebut, dan media sosial ini sudah ada dari tahun

---

[68] Hasil wawancara kepada bapak jauwahir selaku seketariat kota Langsa pada tanggal 15 juli 2025

> 2021. Tetapi dengan adanya media sosial ini masyarakat juga belum sepenuhnya memahami tentang zakat, karena mereka lebih memilih bayar pajak dari pada zakat."[69]

Menurut Bapak Deni, S.Sos.I., pemahaman masyarakat Kota Langsa tentang pentingnya membayar zakat masih tergolong rendah, meskipun sudah tersedia akun media sosial yang memberikan transparansi terkait aktivitas Baitul Mal Kota Langsa . Hal ini disebabkan oleh kecenderungan masyarakat yang lebih memilih membayar pajak daripada menunaikan zakat melalui kantor Baitul Mal Kota Langsa .

Berdasarkan hasil penelitian dari masyarakat Kota Langsa atas nama Mulia Nanda.Amd.Kep selaku perawat yang sering membawa pasien rujukan mengatakan bahwa :

> "kami sering melihat konten di Instagram dan juga facebook tentang baitul mal dan kawan saya juga ada share ke saya, dan dengan adanya media sosial sangat bagus sih kayak lebih transparan aja tapi kadang saya lihat kurang update ya, semoga kedepannya lebih update lagi dan kami lebih yakin lagi untuk menyalurkan zakat ke baitul mal"[70]

Berdasarkan hasil penelitian dari masyarakat Kota Langsa atas nama Nur Amalina S.Pd selaku guru yang pernah berkerja sama dengan pihak Baitul Mal tersebut mengatakan bahwa :

> "iya saya juga ada lihat konten-konten dari baitul mal, kalau saya di YouTube saya lihat seperti pemberian kursi roda kemarin ke nenek-nenek yang membutuhkan jadinya saya makin yakin sih bayar zakat ke baitul mal dengan adanya konten-konten tersebut"[71]

---

[69] Hasil wawancara kepada bapak Deni, S.Sos.I. Selaku Ad min Media Sosial Baitul mal pada tanggal 15 juli 2025

[70] Hasil wawancara kepada Nur Amalina S.Pd selaku guru pada tanggal 10 juli 2025

[71] Hasil wawancara kepada ibu Mulia Nanda.Amd. Kep selaku perawat pada tanggal 16 juli 2025

Berdasarkan hasil penelitian dari masyarakat Kota Langsa atas nama Muhammad Zhafran selaku pelaku usaha Jeve Cleaning yang pernah mengajukan pinjaman modal usaha di Baitul Mal tersebut mengatakan bahwa :

> "kalau saya pribadi saya sering lihat di Instagram, karena berhubung saya aktif di Instagram saya juga ada lihat dokumentasi para pihak baitul mal Kota Langsa dalam menyalurkan bantuan mereka kepada pihak-pihak yang membutuhkan dan saya juga sering menglike postingan media sosial mereka dan harapanya kedepannya lebih update lagi konten-konten nya"[72]

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat Kota Langsa , dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang cukup signifikan dalam meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap Baitul Mal. Ketiga narasumber, yaitu Mulia Nanda, Nur Amalina, dan Muhammad Zhafran, sama-sama menyatakan bahwa mereka memperoleh informasi mengenai aktivitas Baitul Mal melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube.

Konten-konten yang ditampilkan, seperti penyaluran bantuan atau dokumentasi kegiatan sosial, dinilai membantu menciptakan kesan transparansi dan memperkuat keyakinan masyarakat untuk menyalurkan zakat melalui Baitul Mal. Meskipun demikian, mereka juga berharap agar Baitul Mal lebih rutin dan konsisten dalam memperbarui konten di media sosial agar informasi yang disampaikan tetap relevan dan menjangkau lebih banyak kalangan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan sarana penting dalam mendukung kredibilitas lembaga pengelola zakat di mata publik.

---

[72] Hasil wawancara kepada Zhaafran selaku pelaku usaha Jeve Cleaning pada tanggal 17 juli 2025

Strategi Literasi Digital Melalui Media Sosial seperti YouTube, Facebook, dan Instagram dapat menjadi sarana efektif dalam meningkatkan literasi masyarakat. Setiap platform memiliki karakteristik dan strategi pemanfaatannya.

1. Strategi Literasi melalui YouTube

YouTube merupakan media berbasis video yang sangat populer di kalangan masyarakat berbagai usia. Strategi yang dapat dilakukan antara lain:

a. Konten Edukasi Visual: Membuat video penjelasan singkat dengan animasi, infografis, atau tutorial yang mudah dipahami.[1]
b. Serial Video Tematik: Menyusun playlist dengan topik tertentu, misalnya literasi zakat, literasi finansial, atau literasi membaca.
c. Kolaborasi dengan Influencer: Menggandeng tokoh masyarakat, ustaz, dosen, atau praktisi untuk meningkatkan kredibilitas pesan.
d. Interaksi dengan Audiens: Menggunakan fitur komentar, polling, atau live streaming untuk menjawab pertanyaan audiens.
e. Optimasi SEO YouTube: Memberi judul, deskripsi, dan tag yang relevan agar konten mudah ditemukan.

2. Strategi Literasi melalui Facebook

Facebook sebagai media sosial dengan basis komunitas memungkinkan penyebaran informasi literasi yang luas. Strategi yang dapat digunakan:

a. Membuat Halaman (Fanpage) Edukasi: Sebagai pusat informasi yang konsisten membagikan konten literasi.[2]

b. Pemanfaatan Grup Diskusi: Membuat grup literasi digital, grup membaca, atau komunitas edukasi zakat agar masyarakat dapat saling berbagi informasi.
c. Posting Infografis & Artikel: Konten berbentuk gambar singkat atau artikel dapat membantu menjangkau audiens yang lebih suka membaca.
d. Facebook Live & Webinar: Mengadakan siaran langsung untuk diskusi literasi, tanya jawab, atau pelatihan digital.
e. Targeted Ads: Menggunakan fitur iklan untuk menyasar kelompok masyarakat tertentu agar pesan literasi lebih terarah.

3. Strategi Literasi melalui Instagram

Instagram berfokus pada konten visual (foto, video pendek, reels) sehingga cocok untuk penyebaran pesan literasi secara kreatif. Strategi yang bisa dilakukan:

a. Infografis Edukatif: Membuat konten berupa carousel (geser-slide) berisi ringkasan informasi yang mudah dipahami.[3]
b. Video Reels & Story Interaktif: Menyebarkan pesan literasi dengan gaya singkat, kreatif, dan menarik melalui video pendek.
c. Pemanfaatan Hashtag: Menggunakan hashtag khusus seperti Literasi Digital, Literasi Zakat, Belajar Mudah agar konten lebih mudah ditemukan.
d. Kolaborasi dengan Kreator Konten: Mengajak kreator Instagram untuk membuat challenge atau kampanye literasi.
e. Gamifikasi: Membuat kuis, polling, dan giveaway untuk menarik partisipasi audiens.

Gambar 4.1. Instagram Baitul Mal Kota Langsa



Gambar 4.2. Akun media sosial YouTube Baitul Mal Kota Langsa



Gambar 4.3. Akun media sosial Facebook Baitul Mal Kota Langsa



Peneliti juga memberikan saran agar lebih menekankan di bagian aplikasi tiktok :

1. Konten Edukatif dan Kreatif Baitul Mal Kota Langsa dapat membuat konten singkat (1–3 menit) tentang zakat dengan gaya storytelling, animasi, atau infografis agar lebih menarik perhatian generasi muda.
2. Menggunakan Bahasa yang Sederhana Penjelasan tentang zakat sebaiknya menggunakan bahasa sehari-hari, mudah dipahami, serta dilengkapi contoh nyata (misalnya cara menghitung zakat penghasilan).
3. Kolaborasi dengan Influencer atau Dai Muda Menggandeng tokoh lokal, ustaz muda, atau influencer yang aktif di TikTok untuk menyampaikan pesan zakat dengan gaya santai tapi tetap bernilai edukasi.

4. Pemanfaatan Tren TikTok Mengikuti trend musik, filter, atau challenge yang sedang viral, lalu dikemas dengan pesan zakat. Dengan cara ini, konten lebih mudah masuk ke FYP (For You Page).
5. Interaksi dengan Pengguna Membuka sesi Q&A, live streaming, atau komentar interaktif agar masyarakat bisa bertanya langsung seputar zakat.
6. Konsistensi dan Jadwal Upload Menentukan jadwal unggahan konten secara konsisten (misalnya 3 kali seminggu) agar akun tetap aktif dan audiens tidak kehilangan minat.
7. Monitoring dan Evaluasi Melakukan evaluasi melalui jumlah viewers, likes, komentar, dan share untuk mengetahui efektivitas konten dalam meningkatkan pemahaman zakat.

Strategi yang bisa dilakukan peneliti dalam meningkatkan literasi zakat melalui aplikasi TikTok adalah dengan membuat konten edukasi yang singkat, kreatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Konten tersebut dapat berupa penjelasan sederhana tentang cara menghitung zakat, siapa saja yang wajib berzakat, serta manfaat zakat bagi mustahik, dikemas dengan gaya bahasa ringan dan sesuai tren TikTok. Selain itu, Baitul Mal Kota Langsa dapat memanfaatkan fitur live streaming untuk tanya jawab seputar zakat dan menampilkan kisah nyata penerima manfaat agar masyarakat merasa lebih dekat dengan praktik zakat. Konsistensi dalam mengunggah video juga penting agar akun tetap aktif dan mendapat perhatian audiens.

Alasan mengapa strategi ini lebih ditekankan ke TikTok adalah karena mayoritas penggunanya berasal dari kalangan generasi muda yang merupakan calon muzakki potensial. TikTok juga memiliki algoritma yang memungkinkan konten cepat tersebar luas melalui fitur For You Page, meskipun akun belum memiliki banyak pengikut. Selain itu, format video pendek yang ditawarkan TikTok sangat sesuai dengan pola konsumsi masyarakat yang lebih menyukai informasi singkat dan menarik. Dengan demikian, TikTok menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan literasi zakat secara cepat, luas, dan interaktif.

4.3 Kendala Yang Dihadapi Baitul Mal Dalam Memanfaatkan Media Sosial Untuk Meningkatkan Literasi Zakat Di Kota Langsa

Baitul Mal Kota Langsa sampai saat ini masih berusaha untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar zakat, berbagai strategi dilakukan untuk mendukung program yang telah direncanakan oleh lembaga dengan harapan terciptanya masyarakat yang sejahtera melaui dana zakat bisa diwujudkan, namun perjalanan Baitul Mal Kota Langsa untuk mewujudkan cita cita itu mendapati hambatan atau kendala khususnya kendala yang dialami oleh Baitul Mal Kota Langsa dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat membayar zakat, sesuai dengan hasil penelitian melalui wawancara dengan pertanyaan apa kendala penggunaan media sosial pada kantor Baitul Mal Kota Langsa dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarkat membayar zakat, Bapak Jauwahir selaku seketariat Kota Langsa , mengatakan bahwa:

> "Kendalanya ada pada masyarakat yang tidak paham cara menggunakan media sosial dan kami juga kedepanya akan menambah team yang ahli di bidang media sosial seperti pengeditan video edukasi tentang zakat.[73]

Menurut Bapak jauwahir, upaya Baitul Mal Kota Langsa dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar zakat sampai saat ini masih bisa belum dikatakan maksimal, meskipun sudah menerapkan berbagai strategi baik melalui offline hingga online menggunakan media sosial, Baitul Mal Kota Langsa dalam menggunakan media sosial dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat membayar zakat menemui kendala, kendala yang ditemui oleh Baitul Mal Kota Langsa merupakan suatu masalah yang cukup besar karena dengan ini strategi Baitul Mal Kota Langsa dalam menggunakan media sosial tidak bisa dijalankan secara maksimal dan masalah itu menurut Bapak Jauwahir yaitu Baitul Mal Kota Langsa terkendala dalam menggunakan media sosial dalam memperkenalkan zakat kepada masyarakat yang tidak mengetahui atau mengoperasikan media khususnya media sosial (facebook, instagram dan youtube), dan hal inilah yang menjadi hambatan bagi Baitul Mal Kota Langsa dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat membayar zakat mal melalui media sosial.

Berdasakan hasil penelitian melalui wawancara yang dilakukan dengan, bapak Deni, S.Sos.I. Selaku Admin Media Sosial Baitul mal mengatakan:

> "Kendalanya ada pada masyarakat yang tidak tahu menggunakan media sosial dan saya juga terkendala kurangnya team untuk membuat konten karena saya sendiri yang edit dan post di media sosial"[74]

---

[73] Hasil wawancara kepada bapak jauwahir selaku seketariat kota Langsa pada tanggal 15 juli 2025

[74] Hasil wawancara kepada bapak Deni, S.Sos.I. Selaku Admin Media Sosial Baitul mal pada tanggal 15 juli 2025

Bapak Deni, S.Sos.I. juga mengatakan hal yang sama dengan Bapak Jauwahir dimana menurut bapak Deni Baitul Mal Kota Langsa terkendala dalam menggunakan media sosial dalam menginformasikan mengenai zakat dan upaya meningkatkan kesadaran masyarakat membayar zakat ada pada masyarakat yang tidak tahu menggunakan media sosial (facebook, instagram, youtube), karena dengan tidak adanya pengetahuan untuk mengoperasikan media sosial maka masyarakat akan sangat sulit untuk menginformasikan zakat kepada masyarakat sehingga Baitul Mal Kota Langsa perlu melakukan sosialisasi secara offline kepada masyarakat tersebut, padahal bila seluruh masyarakat tahu menggunakan media sosial informasi mengenai zakat dari Baitul Mal Kota Langsa bisa tersebar secara merata dan dengan harapan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat membayar zakat di Kota Baitul Mal Kota Langsa . Dan bapak deni juga menjelaskan terdapat kekurangan team untuk membuat konten edukasi membayar zakat, karena dia sendiri yang menghandle semua tentang konten-konten tersebut.

Dan peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa warga Kota Langsa untuk mengetahui bagaimana pendapat mereka tentang pembuatan konten edukasi zakat yang ada di Kantor Baitul Mal Kota Langsa , Berdasarkan hasil penelitian dari masyarakat Kota Langsa atas nama Mulia Nanda.Amd. Kep selaku perawat yang sering membawa pasien rujukan mengatakan bahwa :

> “saya ada mengikuti akun baitul mal Kota Langsa sampai sekarang bahkan, dan banyak juga membantu untuk pemahaman tata cara membayar zakat, dan saya juga sering like dan komen di akun tersebut, tapi mereka kurang update story nya ya, saran saya kedepanya baitul mal lebih update lagi

> dalam pembuatan konten dan juga seperti pemasangan spanduk di pingir jalan"[75]

Berdasarkan hasil penelitian dari masyarakat Kota Langsa atas nama Nur Amalina S.Pd selaku guru yang pernah berkerja sama dengan pihak Baitul Mal mengatakan bahwa :

> "ada saya lihat storynya di akun Baitul Mal Kota Langsa tapi yaitu storynya kurang update, saya berharap lebih banyak bikin video yang bisa menggerakan masyarakat Kota Langsa untuk membayar zakat di baitul mal tersebut dan juga menulis captions yang bagus di media sosial tersebut"[76]

Berdasarkan hasil penelitian dari masyarakat Kota Langsa atas nama Muhammad Zhafran selaku pelaku usaha Jeve Cleaning masyarakat yang pernah mengajukan pinjaman modal usaha di Baitul Mal mengatakan bahwa :

> "iya ada karena saya sangat aktif dalam hal media sosial, maka dari itu saya sering melihat konten dari pihak baitul mal akan tetapi saya lihat kurang menarik kontennya, dan kontennya sangat sedikit lebih banyak ke poto dokumentasi saja, saya harap kedepanya lebih banyak melakukan konten-konten edukasi zakat"[77]

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa warga Kota Langsa , dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki ketertarikan dan perhatian terhadap konten edukasi zakat yang dipublikasikan oleh Baitul Mal Kota Langsa melalui media sosial. Mereka mengakui bahwa konten tersebut cukup membantu dalam memahami tata cara membayar zakat. Namun, terdapat beberapa catatan penting dari responden, di antaranya:

---

[75] Hasil wawancara kepada Nur Amalina S.Pd selaku guru pada tanggal 10 juli 2025
[76] Hasil wawancara kepada nama Mulia Nanda.Amd. Kep selaku perawat pada tanggal 16 juli 2025
[77] Hasil wawancara kepada Muhammad Zhafran selaku pelaku usaha Jeve Cleaning pada tanggal 17 juli 2025

1. Kekurangan dalam Konsistensi dan Update Konten Beberapa responden menilai bahwa Baitul Mal kurang aktif dalam memperbarui konten, khususnya pada fitur story di media sosial. Hal ini menimbulkan kesan bahwa informasi yang disampaikan kurang dinamis dan jarang diperbaharui.
2. Minimnya Variasi dan Daya Tarik Konten Informan juga menyoroti bahwa sebagian besar konten hanya berupa dokumentasi foto, tanpa adanya inovasi dalam bentuk video edukatif atau konten yang mampu menggerakkan masyarakat untuk berzakat.
3. Saran untuk Peningkatan Konten Warga berharap agar ke depan Baitul Mal dapat lebih aktif membuat konten edukatif yang menarik, informatif, dan menginspirasi, seperti video pendek yang membangkitkan semangat masyarakat untuk menunaikan zakat.

Secara umum, meskipun keberadaan akun media sosial Baitul Mal telah memberikan manfaat, namun perlu adanya peningkatan dalam hal kualitas dan kreativitas konten untuk lebih efektif dalam meningkatkan literasi dan kesadaran zakat di masyarakat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Media sosial berperan signifikan dalam menyebarluaskan informasi zakat. Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube oleh Baitul Mal Kota Langsa telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman masyarakat tentang zakat. Masyarakat merasa lebih percaya dan yakin untuk menyalurkan zakat melalui Baitul Mal setelah melihat dokumentasi kegiatan sosial yang dipublikasikan.

1. Masih rendahnya pemahaman masyarakat tentang zakat. Meskipun Baitul Mal telah menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi, kenyataannya pemahaman masyarakat mengenai kewajiban, syarat, dan tata cara membayar zakat masih tergolong rendah. Banyak masyarakat yang belum membedakan antara zakat dan sedekah, serta tidak mengetahui ketentuan nisab dan haul.

2. Kendala utama terletak pada keterbatasan sumber daya dan keterjangkauan informasi. Hambatan utama yang dihadapi oleh Baitul Mal adalah tidak meratanya literasi digital di kalangan masyarakat, kurangnya personel atau team khusus untuk produksi konten, serta kurangnya konsistensi dalam memperbarui dan menyajikan konten edukatif yang menarik dan mudah dipahami oleh semua kalangan.

3. Respon positif dari masyarakat, namun membutuhkan pengembangan konten. Masyarakat yang aktif di media sosial memberikan respon positif terhadap keberadaan akun-akun Baitul Mal, namun menilai bahwa kontennya masih monoton, kurang update, dan minim variasi. Masyarakat berharap konten-konten yang lebih edukatif, inspiratif, kreatif dan rutin dapat ditingkatkan untuk membangkitkan semangat berzakat.

Peran Baitul Mal Kota Langsa dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang zakat melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube telah berjalan selama kurang lebih empat tahun terakhir (sejak 2021). Kehadiran media sosial ini memberikan kontribusi positif dalam beberapa aspek, terutama pada:

1. Transparansi dan Kredibilitas Dokumentasi kegiatan penyaluran zakat yang dipublikasikan secara terbuka mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap Baitul Mal. Beberapa masyarakat mengaku semakin yakin menyalurkan zakat setelah melihat langsung aktivitas Baitul Mal melalui konten digital.
2. Peningkatan Literasi Zakat Meski belum signifikan, media sosial menjadi sarana edukasi awal yang membuat sebagian masyarakat mulai memahami perbedaan antara zakat dan sedekah, nishab, serta fungsi zakat dalam pembangunan ekonomi umat.
3. Efek Sosial dan Kesadaran Dalam kurun waktu empat tahun terakhir, keberadaan media sosial berpengaruh terhadap meningkatnya kesadaran

sebagian masyarakat untuk berzakat di Baitul Mal. Hal ini tampak dari testimoni masyarakat yang merasa lebih mudah mengakses informasi zakat melalui konten digital.

Namun, efektivitas peran ini masih terbatas karena terdapat kendala, seperti:

1. Kurangnya update dan konsistensi konten, sehingga pesan dakwah zakat tidak sepenuhnya menyentuh seluruh lapisan masyarakat.
2. Minimnya tim pengelola media sosial, sehingga variasi konten masih sederhana dan belum mampu menarik perhatian luas.
3. Rendahnya literasi digital masyarakat tertentu, yang membuat sosialisasi berbasis online tidak dapat menjangkau semua kalangan.
4. Efek dalam 4 Tahun Terakhir

1. Ada peningkatan pemahaman masyarakat, meskipun belum merata dan belum mencapai target maksimal.
2. Kesadaran zakat perlahan tumbuh, terutama pada kalangan muda, pegawai, dan pelaku usaha yang aktif di media sosial.
3. Baitul Mal semakin dipercaya, meski masyarakat masih lebih condong membayar pajak dibanding zakat, sehingga jumlah zakat yang terkumpul belum maksimal.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Baitul Mal Kota Langsa :

a. Meningkatkan frekuensi dan kualitas konten media sosial. Baitul Mal perlu secara konsisten memperbarui konten di semua platform media sosial dengan format yang lebih menarik seperti video pendek, infografis, dan testimoni muzaki maupun mustahik.

b. Membentuk team khusus media sosial. Penting untuk membentuk team kreatif atau merekrut personel yang fokus dalam pembuatan konten, desain grafis, pengelolaan akun, dan interaksi dengan audiens agar informasi dapat tersampaikan secara maksimal.

c. Melakukan kombinasi sosialisasi online dan offline. Mengingat masih banyak masyarakat yang belum melek digital, maka perlu dilakukan pendekatan tatap muka seperti penyuluhan ke desa-desa, komunitas, tempat ibadah, dan instansi untuk memberikan pemahaman langsung mengenai zakat.

d. Meningkatkan kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan influencer lokal. Untuk memperluas jangkauan edukasi, Baitul Mal dapat menggandeng tokoh agama, tokoh masyarakat, atau influencer lokal dalam menyampaikan pesan zakat melalui media sosial maupun media konvensional.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya:

1. Melakukan penelitian lebih luas dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode survei kuantitatif agar dapat mengukur secara statistik efektivitas media sosial dalam meningkatkan kesadaran dan perilaku zakat masyarakat secara lebih luas.
2. Menggali peran media lain di luar media sosial. Penelitian ke depan juga dapat mengeksplorasi peran media cetak, radio lokal, dan media dakwah berbasis komunitas dalam meningkatkan literasi zakat.
3. Meneliti dampak langsung terhadap jumlah penghimpunan zakat. Penelitian lanjutan dapat memfokuskan diri pada hubungan antara aktivitas media sosial Baitul Mal dengan pertumbuhan jumlah muzaki dan besarnya dana zakat yang berhasil dihimpun.