

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penduduk miskin di Indonesia mengalami penurunan sejak bulan Maret 2021. Dikutip dari website bps.go.id jumlah penduduk miskin di Indonesia pada Maret 2021 sebesar 10,14 persen, menurun 0,05 persen poin dari bulan September 2020 dan meningkat 0,36 persen poin pada Maret 2020. Jumlah penduduk miskin pada Maret 2021 sebesar 27,54 juta orang, menurun 0,01 juta orang dari bulan September 2020 dan meningkat 1,12 juta orang pada Maret 2020. Berdasarkan daerah tempat tinggal, pada periode september 2020-maret 2021, jumlah penduduk miskin perkotaan naik yang awalnya dari 12,04 juta orang , naik menjadi 12,18 juta orang, sedangkan jumlah penduduk miskin di pedesaan turun sebanyak 15,51 juta orang menjadi 15,37 juta orang pada Maret 2021(Badan Pusat Statistik, 2021).

Zakat merupakan solusi alternatif dalam membangun kesejahteraan masyarakat dhuafa mengingat potensi zakat umat muslim sedunia yang sangat besar. Artinya, jika umat muslim memiliki kesadaran untuk berzakat dan dana zakat tersebut bisa dikelola dengan baik, maka dana tersebut akan selalu ada dan bermanfaat untuk kepentingan dan kemaslahatan bagi masyarakat.

Salah satu elemen masyarakat yang membantu pemerintah untuk mewujudkan tujuan-tujuan tersebut adalah lembaga-lembaga kemanusiaan yang tumbuh di masyarakat. Saat ini di Indonesia terdapat puluhan lembaga kemanusiaan berskala nasional yang rata-rata mempunyai cabang di hampir

semua kota besar. Lembaga kemanusiaan sebagai lembaga nonprofit bahu-membahu membantu pemerintah dalam menyelesaikan berbagai persoalan sosial sesuai bidang mereka masing-masing.

Salah satu lembaga kemanusiaan di Indonesia yang sudah lama beroperasi dan banyak menjalankan berbagai program kemanusiaan adalah Dompot Dhuafa Republika atau lebih dikenal dengan Dompot Dhuafa. Dompot Dhuafa merupakan salah satu lembaga kemanusiaan berbasis agama terbesar di Indonesia yang memiliki 22 kantor cabang di seluruh Indonesia yang salah satunya adalah Dompot Dhuafa Yogyakarta (Raharjo, 2017).

Dompot Dhuafa Yogyakarta merupakan cabang bersejarah dimana cikal bakal Dompot Dhuafa bermula dari pertemuan Parni Hadi sebagai pendiri dengan lembaga CDP yang akhirnya menggagas terbentuknya CDP. Layaknya cabang lain di seluruh Indonesia, Dompot Dhuafa mempunyai kewajiban melaksanakan berbagai program kemanusiaan, dan mengelola dana termasuk penggalangan dana masyarakat (fundraising).

Fundraising Zakat merupakan pengumpulan dana zakat dan juga dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi atau lembaga sehingga mencapai tujuannya.

Keberlanjutan program-program dari lembaga-lembaga kemanusiaan dengan yang masuk pada kategori organisasi nirlaba sangat tergantung dari dana

yang mampu diserapnya. Padilla, Staplefoote dan Morganti menyebutkan pentingnya kapasitas finansial (*financial capacity*) dan keberlanjutan finansial (*financial sustainability*) bagi organisasi nirlaba untuk bisa menjalankan program-programnya dalam jangka pendek maupun jangka panjang sesuai dengan visi dan misi yang diembannya (Raharjo, 2017).

Kapasitas dan keberlanjutan finansial organisasi nirlaba perlu dikelola dengan baik dengan memperhatikan manajemen program termasuk manajemen penggalangan dananya. Setiap organisasi nirlaba harus mempunyai strategi penggalangan dana yang baik untuk mendukung program-program yang dirancangnya.

Di antara strategi penggalangan dana yang penting untuk melakukan pendekatan pada pemberi dana adalah strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang tepat dapat mempengaruhi khalayak dalam memberikan donasi pada organisasi untuk membiayai program-program yang dikembangkan.

Dalam sebuah lembaga, rencana strategis dibutuhkan karena berkaitan dengan strategi komunikasi yang nanti didalamnya akan tergambar secara jelas hal apa saja yang harus dilakukan sehingga tujuan dapat dicapai dengan efektif. Berbicara mengenai strategi komunikasi berarti juga berbicara mengenai proses komunikasi. Dimana proses komunikasi ini merupakan serangkaian tahapan berurutan yang melibatkan komponen-komponen komunikasi berupa komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.

Dalam meningkatkan kepercayaan Muzaki, Lembaga Amil Zakat (LAZ) harus memiliki strategi komunikasi yang efektif kepada masyarakat agar mau

menunaikan zakat. Menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat, seperti: mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, peranan komunikator dalam komunikasi.

Sejalan dengan perkembangan zaman, dengan adanya teknologi yang semakin canggih pemasaran suatu lembaga menggunakan internet (jejaring sosial) untuk meningkatkan kepercayaan muzaki terhadap suatu lembaga zakat akan sangat mudah. Kemajuan teknologi internet juga semakin maju dengan adanya gadget yang kian hari semakin canggih dengan didukung oleh jaringan dan aplikasi-aplikasi jejaring sosial yang menunjang untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Penggunaan situs jejaring sosial sebagai media interaksi sosial secara online juga sudah begitu meluas bahkan mendunia.

Media sosial atau jejaring sosial seperti Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang telah menjadi lebih dari sekedar ajang berteman dan memamerkan gambar-gambar, melainkan media sosial juga berfungsi sebagai media membangun kepedulian. Dari beberapa sosial media yang dimiliki dompet dhuafa Yogyakarta, Instagram merupakan salah satunya yang memiliki pengikut terbanyak yaitu 10,9k followers.

Dengan cara mengoptimalkan teknologi serta kanal dan platform yang telah tersedia saat ini, program sosialisasi yang dilaksanakan oleh Dompet Dhuafa Yogyakarta tentu dapat mencakup banyak hal. Dengan cara itu, akses

masyarakat guna mendapatkan informasi tentang zakat di Dompot Dhuafa Yogyakarta akan lebih luas lagi.

Pada skripsi ini penulis mencoba mengungkapkan bagaimana Dompot Dhuafa Yogyakarta mengoptimalkan Instagram @dompotdhuafadiy sebagai media pengumpulan dana zakat serta faktor pendukung dan penghambat yang terjadi dalam pengumpulan dana zakat melalui Instagram. Oleh karena itu penelitian ini berjudul “Optimalisasi Instagram Dompotdhuafadiy Dalam Pengumpulan Dana Zakat”

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan metode Pengumpulan data dengan observasi mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana optimalisasi Instagram dompotdhuafadiy dalam pengumpulan dana zakat di Dompot Dhuafa Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang diambil antara lain Mendeskripsikan bagaimana optimalisasi Instagram dompotdhuafadiy dalam pengumpulan dana zakat di Dompot Dhuafa Yogyakarta? Menjelaskan faktor pendukung dan penghambat pengoptimalisasi pengumpulan dan zakat melalui Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana Dompot Dhuafa Yogyakarta mengoptimalkan Instagram @dompotdhuafadiy sebagai media pengumpulan dana zakat
- 2) Apa faktor pendukung dan penghambat pengoptimalisasi pengumpulan dan zakat melalui Instagram pada akun @dompotdhuafadiy

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan optimalisasi Instagram @dompetchuafadiy dalam pengumpulan dana zakat di Dompetchuafa Yogyakarta. Selain itu peneliti juga meneliti tentang faktor apa saja yang bisa mendukung dan menghambat pengoptimalisasi intagram @dompetchuafadiy dalam pengumpulan dalam zakat Dompetchuafa Yogyakarta.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi pencerahan dan berguna bagi pihak-pihak terkait yakni sebagai berikut:

1.3.2.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan referensi bagi penulis yang ingin melakukan penelitian ini lebih menguji teori media komunikasi mendalam mengenai optimalisasi Instagram @dompetchuafadiy dalam pengumpulan dana zakat di Dompetchuafa Yogyakarta. Selain itu penelitian juga diharapkan bisa memberikan efek positif dalam meningkatkan kompetensi diri, kecerdasan, intelektual dan emosional dalam lembaga zakat khususnya mengenai optimilisasi Instagram dalam pengumpulan dana zakat Dompetchuafa Yogyakarta.

1.3.2.2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang baru kepada masyarakat terkait tentang optimalisasi Instagram tentang landasan kebijakan optimalisasi Instagram dalam mengumpulkan dana zakat. Penelitian ini juga diharapkan memberikan dorongan serta motivasi pada lembaga zakat maupun lembaga yang terkait dalam pengumpulan dana zakat.