

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Fundraising Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penghimpunan Dana Zakat pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Persada Tulungagung*” ini ditulis oleh Ma’rifatul Jannah Islamiyah Azizah, NIM. 126404213046, dengan dosen pembimbing Anang Haris Firmansyah, M.Pd

Kata Kunci: Fundraising, Zakat, Media Sosial, LAZ Persada Tulungagung.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi fundraising dalam meningkatkan penghimpunan dana zakat guna menunjang keberlangsungan program sosial di Lembaga Amil Zakat. Seiring berkembangnya teknologi digital, media sosial menjadi salah satu alat yang efektif untuk menjangkau masyarakat luas, khususnya generasi muda yang aktif di dunia digital. LAZ Persada Tulungagung sebagai lembaga pengelola zakat berupaya mengintegrasikan media sosial dalam strategi fundraising-nya untuk memperkuat hubungan dengan muzakki, meningkatkan partisipasi, serta memperluas jangkauan distribusi zakat. Penelitian ini bertujuan untuk: menganalisis perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi *fundraising* melalui media sosial untuk meningkatkan penghimpunan dana zakat pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Persada Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber, teknik dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi fundraising yang dilakukan LAZ Persada Tulungagung melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, YouTube, dan Facebook telah menjangkau masyarakat secara luas. Namun, strategi konten belum sepenuhnya terencana secara matang dan masih kurang dalam segmentasi audiens serta evaluasi berkala. Meskipun demikian, pemanfaatan media sosial terbukti mampu meningkatkan transparansi, membangun kepercayaan, dan mempermudah proses berdonasi. Penelitian ini merekomendasikan penguatan perencanaan konten dan optimalisasi fitur interaktif untuk meningkatkan efektivitas strategi fundraising secara digital.

ABSTRACT

The thesis entitled “Fundraising Strategy Through Social Media to Increase Zakat Fund Collection at the Zakat Collection Institution (LAZ) Persada Tulungagung” was written by Ma'rifatul Jannah Islamiyah Azizah, NIM. 126404213046, with the supervisor Anang Haris Firmansyah, M.Pd.

Keywords: Fundraising, Zakat, Social Media, LAZ Persada Tulungagung.

This research is motivated by the importance of fundraising strategies in increasing zakat fund collection to support the sustainability of social programs at the Zakat Amil Institution. Along with the development of digital technology, social media has become an effective tool to reach the wider community, especially the younger generation who are active in the digital world. LAZ Persada Tulungagung as a zakat management institution seeks to integrate social media into its fundraising strategy to strengthen relationships with muzakki, increase participation, and expand the reach of zakat distribution. This study aims to: analyze the planning, implementation, and evaluation of fundraising strategies through social media to increase zakat fund collection at the Persada Tulungagung Zakat Collection Institution (LAZ).

This research method uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through interviews, observations, and documentation. Data analysis is carried out through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions, and its validity is tested through triangulation of sources and techniques.

The results of the study show that the fundraising strategy carried out by LAZ Persada Tulungagung through social media such as Instagram, TikTok, WhatsApp, YouTube, and Facebook has reached the wider community. However, the content strategy has not been fully planned and is still lacking in audience segmentation and periodic evaluation. However, the use of social media has been proven to increase transparency, build trust, and facilitate the donation process. This study recommends strengthening content planning and optimizing interactive features to increase the effectiveness of the digital fundraising strategy.