

ABSTRAK

Penghimpunan dana atau *fundraising* dalam sebuah lembaga amil zakat merupakan salah satu kegiatan utamanya. Kehadiran kemampuan digital yang lebih mudah, cepat, dan transparan saat ini telah menyebabkan berkurangnya penghimpunan dana secara tradisional. Maka dari itu diperlukannya adaptasi suatu Lembaga Amil Zakat terhadap kemajuan teknologi yang ada, yaitu dengan memanfaatkan adanya media sosial dalam aktivitas penghimpunan dananya. Dengan menggunakan media sosial petugas penghimpun dana dan muzaki akan dipermudah, karena dalam prosesnya tidak perlu adanya tatap muka. Selain mempermudah, pemanfaatan media sosial juga jangkauan penerimanya lebih luas jika dibandingkan dengan metode tradisional, dengan harapan dana yang terkumpul juga bertambah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *fundraising* berbasis media sosial dan efektivitasnya terhadap upaya mengenalkan dan menarik minat muzaki pada LAZ Nurul Hayat Gresik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) pada LAZ Nurul Hayat Gresik dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini memanfaatkan sumber data primer yang didapatkan melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi dan sumber data sekunder yang diperoleh melalui data-data dan literatur yang berkaitan dengan topik pada penelitian ini

Penelitian ini memperoleh hasil strategi *fundraising* berbasis media sosial yang dilakukan oleh Nurul Hayat Gresik melalui WhatsApp dengan mengirimkan pesan ajakan menunaikan zakat kepada muzaki sedangkan pada media sosial Instagram, Facebook, serta TikTok dengan mengenalkan program-program. Setelah penerapan strategi *fundraising* berbasis media sosial pada Nurul Hayat Gresik diukur menggunakan teori efektivitas yang dikemukakan oleh Campbell J.P. dapat diketahui bahwa penerapannya terhadap upaya mengenalkan dan menarik minat muzaki masih jauh dari kata efektif.

Kata kunci: Strategi *Fundraising*, Media Sosial, Muzaki.

ABSTRACT

Fundraising in an amil zakat institution is one of its main activities. The presence of digital capabilities that are easier, faster, and more transparent today has led to a reduction in traditional fundraising. Therefore, it is necessary for an Amil Zakat Institution to adapt to existing technological advances, namely by utilizing social media in its fundraising activities. By using social media, fundraising officers and muzaki will be made easier, because in the process there is no need for face-to-face meetings. In addition to making it easier, the use of social media also reaches a wider range of recipients when compared to traditional methods, with the hope that the funds collected will also increase. This research aims to find out the social media-based fundraising strategy and its effectiveness in efforts to introduce and attract muzaki at LAZ Nurul Hayat Gresik.

The type of research used is field research at LAZ Nurul Hayat Gresik with a descriptive qualitative research approach. This research utilizes primary data sources obtained through interviews, observations, and documentation and secondary data sources obtained through data and literature related to the topic of this research.

This research obtained the results of social media-based fundraising strategies carried out by Nurul Hayat Gresik through WhatsApp by sending messages inviting muzaki to pay zakat while on social media Instagram, Facebook, and TikTok by introducing programs. After the application of social media-based fundraising strategies at Nurul Hayat Gresik is measured using the theory of effectiveness put forward by Campbell J.P., it can be seen that its application towards efforts to introduce and attract muzaki is still far from effective.

Keywords: *Fundraising Strategy, Social Media, Muzaki.*