BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat BAZNAS Kota Banjarbaru

Salah satu lembaga pemerintah non-struktural, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Banjarbaru bertanggung jawab untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana zakat, infaq/sedekah (ZIS), dan Dana Sosial Keagamaan Lainnya (DSKL). Berdasarkan UUD Nomor 23 Tahun 2011 dan PP Nomor 14 Tahun 2014.

Organisasi ini pertama kali didirikan dengan nama Zakat dan Wakaf (ZAWA) pada sekitar tahun 1982. Pada tahun 1995, nama organisasi ini diubah menjadi Badan Amil Zakat, Infaq, dan Shadaqah (BAZIS) Kota Banjarbaru, kemudian menjadi Badan Amil Daerah (BAZDA) Kota Banjarbaru, dan akhirnya berubah menjadi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Banjarbaru yang ada hingga saat ini. Perubahan tersebut sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 yang mengatur pengelolaan zakat, serta Surat Keputusan Kementerian Agama No. Dj.11/568 Tahun 2014 yang menetapkan pembentukan BAZNAS di tingkat Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia.

Untuk menyesuaikan dengan struktur kelembagaan yang baru, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Banjarbaru telah melakukan pemilihan calon pimpinan untuk periode 2015–2020. Pada tanggal 6 Juli

2015, Walikota Banjarbaru mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 253 Tahun 2015 yang mengatur pengangkatan pimpinan BAZNAS Kota Banjarbaru untuk periode tersebut. Selanjutnya, pada 15 September 2015, pelaksana Badan Amil Zakat Nasional Kota Banjarbaru telah ditetapkan. Bertepatan di JL. Palang Merah No.2 RT 01/RW. 01, Kelurahan Komet, Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru 70711, Kalimantan Selatan.

Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) di Kota Banjarbaru telah disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pengelolaan ini telah terintegrasi dengan BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan dan BAZNAS Pusat, serta pembentukan beberapa Unit Pengumpul Zakat (UPZ) untuk mengoptimalkan pengumpulan ZIS. Kepengurusan BAZNAS Kota Banjarbaru terdiri dari unsur pimpinan, pelaksana, dan satuan audit internal yang memastikan pengelolaan zakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

BAZNAS Kota Banjarbaru memiliki target untuk meningkatkan peran dan fungsi pranata keagamaan dalam mewujudkan kesejahteraan serta keadilan sosial, meningkatkan kualitas pelayanan dalam penerimaan zakat, infaq, sedekah, dan bantuan keagamaan lainnya sesuai dengan ketentuan syar'i, serta meningkatkan manfaat dan efektivitas penggunaan zakat, infaq, sedekah, dan bantuan keagamaan lainnya untuk kesejahteraan masyarakat.

Fokus utama BAZNAS Kota Banjarbaru adalah untuk meningkatkan kesadaran muzakki dan munfiq dalam menyalurkan zakat, infaq, sedekah, serta bantuan keagamaan lainnya, memperbaiki pelayanan amil terhadap

muzakki, munfiq, dan mustahiq, serta meningkatkan hasil dan daya guna zakat, infaq, sedekah untuk kepentingan masyarakat yang lebih luas.

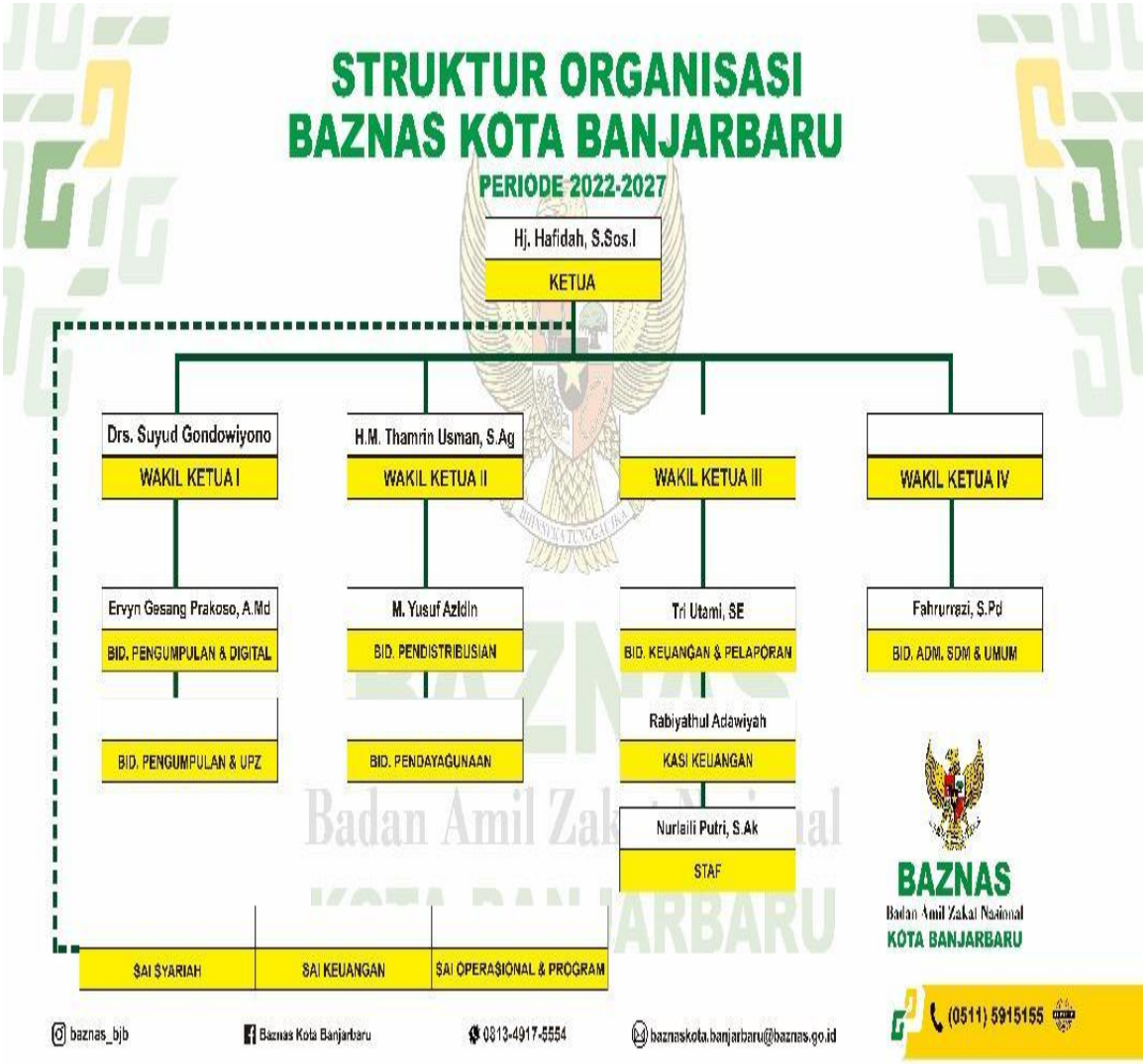
2. Visi dan Misi BAZNAS Kota Banjarbaru

Visi adalah gambaran ideal dari keadaan masa depan perusahaan. Misi BAZNAS Kota Banjarbaru adalah: "Terwujudnya lembaga BAZNAS Kota Banjarbaru yang amanah, profesional, transparan, berkarakter dan melayani", dan misi adalah cara atau kegiatan untuk mencapai visi tersebut, yaitu sesuatu yang harus dilaksanakan oleh organisasi agar tujuan organisasi dapat dicapai dan berhasil dengan baik. Misi merupakan gambaran dari perencanaan dan program organisasi. Salah satu tujuan BAZNAS Kota Banjarbaru adalah:

a. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berzakat melalui amil.
b. Meningkatkan penghimpunan dan pendayagunaan zakat nasional sesuai dengan persyaratan syari'ah dan prinsip manajemen modern.
c. Pengelola dan amil zakat yang amanah, transparan, dan terintegrasi.
d. Memaksimalkan peran zakat dalam memerangi kemiskinan di Indonesia dengan bekerja sama dan bekerja sama dengan lembaga terkait.

3. Struktur Organisasi BAZNAS Kota Banjarbaru

Struktur organisasi diperlukan untuk membangun BAZNAS yang amanah, transparan, berkarakter, dan melayani. Bagan berikut menunjukkan struktur organisasi BAZNAS Kota Banjarbaru:



4. Tugas dan Fungsi

a. Tanggung jawab:

1) Pemerintahan dan Baznas Provinsi bertanggung jawab atas BAZNAS Kabupaten atau Kota.
2) BAZNAS Kabupaten atau Kota memiliki tanggung jawab untuk mengelola zakat di tingkat kota.

b. Fungsi:

1) Perencanaan, pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat di tingkat Kota;
2) Pelaksanaan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat di tingkat Kota;
3) Pengawasan pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat di tingkat Kota;
4) Pelaporan dan tanggung jawab atas pelaksanaan pengelolaan zakat, termasuk pelaporan pelaksanaan pengelolaan zakat di tingkat Kota; dan
5) Memberikan saran untuk proses izin pembukaan perwakilan LAZ.

5. Program BAZNAS Kota Banjarbaru

Sejarah Program Banjarbaru Sejahtera bermula dari fakta bahwa banyak warga dan masyarakat di Banjarbaru yang meminjam ke koperasi untuk modal usaha, seperti berdagang, dan sebagainya, sehingga mereka tidak bisa membayar utang ketika bunganya tinggi. Untuk mengurangi kemiskinan warga Kota Banjarbaru, Baznas memberikan pinjaman modal usaha tanpa bunga untuk menghindari riba. Bantuan di bidang ekonomi (Dana Bergulir) diberikan melalui Program Banjarbaru Sejahtera. Dari 2018 hingga 2020, program ini beroperasi.

Program ini bertujuan untuk mengubah orang yang sebelumnya mustahik menjadi muzakki (orang yang harus mengeluarkan harta) dan mengurangi pinjam ke rentenir. Baznas Kota Banjarbaru juga berharap melalui Program Banjarbaru Sejahtera dapat membantu ekonomi orang-orang yang berhak menerima zakat. Selain itu, hal ini dilakukan untuk menghilangkan praktik peminjaman uang melalui rentenir.

Lima program Badan Amil Zakat Nasional Kota Banjarbaru dirancang untuk melaksanakan tiga kebijakan tersebut, dengan kegiatan yang paling penting adalah sebagai berikut:

a. Program Dukungan Manajemen dan Pelaksanaan Tugas: Tujuan utama program ini adalah untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia amil, dukungan manajemen, pemeliharaan, dan ketersediaan sarana dan prasarana. Salah satu kegiatan yang paling penting untuk dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1) Memberikan pelatihan untuk manajemen amil
2) Pemeliharaan dan penyediaan sarana kesekretariatan dan perkantoran

b. Program Bimbingan Muzakki Munfiq: Tujuan utama program ini adalah untuk meningkatkan kualitas dan jumlah muzakki munfiq yang melaksanakan zakat infaq. Salah satu kegiatan utama yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:
   1) Melakukan audiensi dengan pejabat, pemimpin SKPD, FKPD, kepala BUMN, dan BUMD;
   2) Melakukan sosialisasi zakat infaq sedekah dan bantuan keagamaan lainnya kepada lembaga pemerintah dan swasta di Kota Banjarbaru;
   3) Membentuk atau merevitalisasi Unit Pengumpul Zakat (UPZ); dan menyediakan sarana informasi dan komunikasi.

c. Program Pengumpulan dan Pengumpulan Dana: Tujuan utama program ini adalah untuk meningkatkan pengumpulan zakat infaq, sedekah, dan bantuan keagamaan lainnya. Salah satu kegiatan yang paling penting untuk dilakukan adalah sebagai berikut:
   1) Pendataan dan pemetaan potensi zakat infaq;
   2) Pendataan muzakki munfiq;
   3) Menyediakan sarana untuk memudahkan muzakki munfiq melaksanakan zakat infaq dan sedekah; dan
   4) Berkolaborasi dengan lembaga keuangan syari'ah.

d. Program Pentasyarufan/Pendistribusian (menyalurkan atau membagikan): Tujuan utama program ini adalah untuk meningkatkan pentasyarufan zakat infaq Shadaqah dan bantuan keagamaan lainnya sesuai dengan tuntunan syar'i. Beberapa kegiatan prioritas yang dilaksanakan dalam program ini adalah sebagai berikut:
   1) Pendataan dan pemetaan mustahiq;
   2) Penyelenggaraan pentasyarufan yang terukur baik dari segi kuantitas maupun kualitas; dan
   3) Penyelenggaraan pentasyarufan pada waktu yang tepat dan sesuai dengan tujuan.

e. Program Pendayagunaan/Pemberdayaan: Tujuan utama program ini adalah untuk meningkatkan fungsi zakat infaq sedekah dan bantuan keagamaan lainnya untuk kebaikan masyarakat. Adalah:
   1) Program Banjarbaru Taqwa (Dakwah dan Advokasi),
   2) Program Banjarbaru Sehat (Kesehatan),
   3) Program Banjarbaru Cerdas (Pendidikan),
   4) Program Banjarbaru Sejahtera (Ekonomi), dan
   5) Program Banjarbaru Peduli (Kemanusiaan).

B. Strategi Komunikasi BAZNAS Kota Banjarbaru Dalam Meningkatkan Literasi zakat Dikalangan masyarakat Milenial Melalui Media Sosial

Untuk pengumpulan data untuk mengetahui tentang strategi yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Banjarbaru dalam meningkatkan literasi zakat dikalangan masyarakat milenial melalui media sosial Penulis melakukan wawancara menyeluruh dengan anggota staf BAZNAS. Kota Banjarbaru yaitu wakil ketua satu dan wakil ketua dua BAZNAS Kota Banjarbaru. Wawancara tersebut dilakukan di kantor BAZNAS Kota Banjarbaru tersebut. Berikut beberapa hasil wawancara penulis dengan pihak-pihak pegawai BAZNAS Kota Banjarbaru tersebut.

Dengan melakukan wawancara langsung, peneliti mendapatkan data tentang strategi komunikasi BAZNAS Kota Banjarbaru Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Dikalangan Masyarakat Milenial Melalui Media Sosial. Akibatnya, temuan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Informan Pertama

   Nama : Drs. Suyud Gondowiyono

   Jenis kelamin : Laki-laki

   Jabatan : Wakil ketua 1

   Hasil wawancara dengan bapak Drs. Suyud Gondowiyono, wakil ketua 1 bidang penumpulan. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh BAZNAS Kota Banjarbaru sementara ini yaitu

melalui instagram, facebook, dan website. Dan secara umum nya BAZNAS Kota Banjarbaru melalui media sosial, dan juga secara grup, dan apabila ada informasi kami langsung masukkan ke dalam grub untuk pengumpulan. Selain itu juga BAZNAS Kota Banjarbaru melakukan face to face dan langsung mendatangi kantor-kantor. Seperti kantor swasta, Badan Narkotika Nasional (BNN), maupun BNB dan kemudian juga UMKM.

Dan adapun tantangan yang dihadapi oleh BAZNAS Kota Banjarbaru yaitu salah satu nya merupakan kurangnya pemahaman masyarakat tentang zakat, sehingga diperlukan pendekatan edukatif yang lebih efektif di media sosial tersebut. Selain itu kurangnya sumber daya juga menjadi pemicu masalahnya, baik dari segi tenaga maupun anggaran, juga menjadi faktor yang perlu diperhatikan agar strategi komunikasi dapat berjalan dengan optimal. Dan ketua BAZNAS Kota Banjarbaru sendiri pun melakukan pendekatan melalui pengajian-pengajian dan majelis-majelis talim tersebut yang mana pengajian-pengajian tersebut diisi oleh ketua BAZNAS Kota Banjarbaru yaitu ibu Hj.Hafidah, S.Sos.I.

2. Informan II

   Nama : H.M. Thamrin Usman, S. Ag

   Jenis kelamin : Laki-laki

   Jabatan : wakil ketua 2

   Hasil wawancara dengan bapak H.M. Thamrin Usman, S. Ag., sebagai wakil ketua II bidang pendistribusian dan pendayagunaan. Konten yang paling efektif dalam menarik perhatian masyarakat milenial terkait literasi zakat di media sosial yaitu dengan menyebarkan informasi kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan dari BAZNAS Kota Banjarbaru umpamanya penyaluran-penyaluran misalnya memberikan bantuan kepada mustahik kemudian setiap kegiatan selalu kita ekspos ke media sosial baik itu instagram maupun whatsapp grup. Kemudian juga kegiatan-kegiatan yang sifatnya temporer seperti bantuan bencana, kebakaran, banjir terus langsung kita rekomendasikan informasi ke media sosial tersebut.

C. Kendala Yang Dialami BAZNAS Kota Banjarbaru Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Di Kalangan Masyarakat Milenial Melalui Media Sosial

Beberapa kendala yang dialami oleh BAZNAS Kota Banjarbaru yaitu diantaranya:

1. Kurangnya pemahaman tentang zakat di kalangan milenial tersebut banyak dari generasi milenial tersebut yang mungkin belum memiliki pemahaman yang cukup tentang zakat, baik itu dari segi kewajiban agama maupun manfaat sosialnya. Hal ini pun bisa membuat mereka kurang tertarik dengan konten-konten yang disebarkan melalui media sosial tersebut.
2. Keterbatasan sumber daya dimana BAZNAS Kota Banjarbaru membuat konten yang menarik dan kreatif untuk media sosial itu membutuhkan sumber daya yang cukup, baik dalam hal waktu, tenaga, maupun anggaran. BAZNAS Kota Banjarbaru mungkin menghadapi keterbatasan dalam menghasilkan konten yang berkualitas secara konsisten.
3. Persaingan dengan konten hiburan yang mana media sosial dipenuhi dengan berbagai konten hiburan yang sangat menarik bagi milenial. Hal ini membuat pesan-pesan zakat sulit untuk menonjol dan mendapatkan perhatian dari pengguna media sosial yang lebih tertarik pada hal-hal ringan atau menghibur.

4. Meningkatnya skeptisisme/keraguan terhadap organisasi adapun generasi milenial ini seringkali lebih kritis terhadap organisasi dan cara mereka mengelola dana. Dan jika BAZNAS Kota Banjarbaru tidak dapat menunjukkan transparansi dan akuntabilitasnya/pertanggungjawaban yang jelas dalam penggunaan zakat, merekapun mungkin enggan untuk menyumbang atau terlibat.
5. Dan adapun berikutnya yaitu persepsi negatif terhadap zakat ada beberapa kalangan milenial melihat zakat sebagai kewajiban yang membebani atau tidak relevan dengan gaya hidup mereka. Untuk mengubah persepsi ini, BAZNAS Kota Banjarbaru perlu mengemas konten yang relevan, mengedukasi tentang manfaat zakat, dan bagaimana zakat dapat memberi dampak positif langsung terhadap kehidupan mereka.
6. Keterbatasan inovasi dalam konten jika BAZNAS Kota Banjarbaru tersebut tidak terus menerus berinovasi dengan jenis dan format konten (seperti video pendek, infografis, atau live streaming), konten zakat yang ditawarkan juga mungkin terasa monoton/berulang-ulang (selalu sama) dan tidak cukup menarik bagi audiens yang cepat bosan.

Dan adapun kendala saat melaksanakan pembagian atau program yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Keterbatasan dana yang dikeluarkan untuk penyaluran bantuan program,
2. Melonjaknya program proposal bantuan yang masuk pada BAZNAS Kota Banjarbaru
3. Persyaratan bantuan program yang belum terpenuhi sehingga belum bisa untuk merealisasikan pengeluaran bantuan.

D. Analisis Data Strategi Komunikasi BAZNAS Kota Banjarbaru Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Dikalangan Masyarakat Milenial Melalui Media sosial

Fokus penelitian ini adalah bagaimana BAZNAS Kota Banjarbaru berkomunikasi dan masalah yang dihadapinya dalam meningkatkan literasi zakat. Untuk mendapatkan kesimpulan yang relevan dari data ini, penulis melakukan analisis data.

1. Strategi Komunikasi BAZNAS Kota Banjarbaru Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Dikalangan Masyarakat Milenial Melalui Media Sosial

Strategi komunikasi adalah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mendapatkan tujuan strategi komunikasi harus bisa mengatur bagaimana operasional di lapangan. Jadi hal tersebut berarti mengandung penjelasan tentang metode dan teknik. Strategi bisa

dipahami sebagai langkah atau tahap. Dan dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan pendekatan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan semua sumber daya komunikasi yang tersedia.

Pemilihan strategi komunikasi sangat penting untuk keberhasilan kegiatan komunikasi. Sebaliknya, dampak dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) dapat berdampak negatif jika tidak ada strategi komunikasi yang baik. Telaah model komunikasi dapat digunakan untuk menilai proses komunikasi. Telaah model komunikasi digunakan selama kegiatan komunikasi sedang berlangsung atau telah selesai, dan untuk menilai seberapa efektif proses tersebut terutama mengenai hasilnya.

BAZNAS Kota Banjarbaru menerapkan berbagai strategi komunikasi dan berfokus juga dengan berbagai media sosial seperti instagram, facebook, dan website. Kegunaan dari media sosial tersebut tentu saja agar meningkatkan pemahaman masyarakat milenial tentang zakat tersebut. Dan strategi tersebut juga melibatkan penggunaan konten yang aktif dan kreatif, edukatif, dan interaktif untuk menarik perhatian masyarakat milenial tersebut serta membangun kesadaran akan pentingnya zakat sebagai kewajiban sosial dan spiritual. Dan adapun konten yang paling efektif dalam menarik perhatian milenial tersebut yaitu dengan menyebarkan

informasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh BAZNAS Kota Banjarbaru tersebut.

Selain aktif di sosmed BAZNAS Kota Banjarbaru juga melakukan pertemuan langsung yaitu dengan face to face dengan beberapa tempat. BAZNAS Kota Banjarbaru pun melakukan pendekatan ke berbagai sekolah namun tidak bisa langsung jika tidak ada perizinan yang diperoleh oleh mereka. Mereka juga ingin memperkenalkan zakat ke gen z maupun gen alpha. Agar penyaluran zakat tidak salah target. Dan zakat juga harus diberikan kepada orang yang berhak menerima sesuai ketentuan mustahiknya. BAZNAS Kota Banjarbaru juga menyalurkan zakat, infak, dan sedekah dari muzakki kepada orang-orang yang berhak menerima dimanapun mereka berada sementara masih berada di wilayah Kota Banjarbaru, dengan bekerja sama dengan pemerintah daerah.

2. Kendala Yang Dialami BAZNAS Kota Banjarbaru Dalam Meningkatkan Literasi Zakat Dikalangan Masyarakat Milenial Melalui Media Sosial

Adapun yang menjadi kendala bagi BAZNAS Kota Banjarbaru yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman tentang zakat di kalangan milenial

   Kebanyakan generasi milenial mungkin belum memiliki pemahaman yang cukup tentang zakat tersebut, dan mereka juga banyak yang minim tentang BAZNAS yang mana BAZNAS ini

sangatlah berguna bagi para muzakki tersebut maupun mustahiknya. Adanya BAZNAS ini agar mempermudah juga buat para muzakki dan agar tidak salah sasaran dalam memberikan zakat-zakat tersebut.

2. Keterbatasan sumber daya ini juga menjadi salah satu kendala bagi BAZNAS dalam meningkatkan literasi zakat di kalangan masyarakat milenial melalui media sosial. Dan kurangnya antusias masyarakat terhadap literasi zakat menjadi kendala tersendiri. Dan masih banyaknya masyarakat yang kurang kesadaran dalam melaksanakan kewajibannya sebagai muzakki. Selain itu juga sumber daya manusia dalam menyiarkan tentang zakat ke masyarakat milenial juga masih kurang, itu juga menjadi salah satu penyebab kurangnya literasi masyarakat milenial terhadap betapa pentingnya masalah zakat ini. BAZNAS juga harus terus berinovasi dalam mengikuti perkembangan zaman yang digemari oleh masyarakat milenial. Di era gempuran sosial media yang begitu ramai tersebut, BAZNAS juga bisa menggunakan sosial media sebagai media utama untuk memberikan pengetahuan mengenai pentingnya zakat tersebut. BAZNAS juga bisa memberikan pengetahuan sedini mungkin terhadap masyarakat dengan cara sosialisasi ke sekolah-sekolah dan tempat-tempat yang sedang gemar dikunjungi oleh masyarakat. Selain itu BAZNAS juga bisa mengadakan event-

event yang diselingi hiburan untuk menarik masyarakat milenial untuk mengikutinya, sehingga disitu BAZNAS bisa memberikan sedikit ilmu pengetahuan dasar kepada mereka.

3. Persaingan dengan konten hiburan, banyaknya persaingan di media sosial ini menjadikan BAZNAS sulit dalam menonjolkan konten-konten yang di upload di media sosialnya. Dan banyaknya persaingan tersebut membuat pesan-pesan zakat sulit untuk menonjol di media sosial tersebut. Apalagi di era digital sekarang banyaknya konten-konten hiburan ini membuat persaingan makin ketat.
4. Meningkatnya skeptisisme/keraguan terhadap organisasi di beberapa generasi milenial ini seringkali mereka lebih kritis terhadap organisasi dan bagaimana cara pengelolaan dana dilakukan. Dan apabila BAZNAS ini tidak bisa menunjukkan transparansi atau akuntabilitas/pertanggungjawaban yang jelas terhadap penggunaan zakat ini dan caranya dibagikan, maka mereka mungkin enggan akan membayarkan zakat-zakat mereka, walau sekalipun itu wajib bagi mereka.
5. Persepsi negatif terhadap zakat, ini seringkali muncul terhadap generasi milenial, dan ketakutan akan pembayaran zakat yang disalah gunakan oleh BAZNAS ini. Dan mungkin ada juga dari beberapa kalangan milenial zakat ini sebagai salah satu beban kewajiban bagi mereka atau tidak relevan dengan gaya hidup

mereka tersebut. Adanya persepsi negatif terhadap zakat ini, juga menjadi salah satu kendala BAZNAS untuk meningkatkan literasi zakat dikalangan masyarakat milenial melalui media sosial. Dan untuk mengubah persepsi tersebut, BAZNAS perlu mengemas konten yang lebih relevan lagi, mengedukasi tentang manfaat zakat, dan bagaimana zakat dapat memberikan dampak positif langsung terhadap kehidupan masyarakat.

6. Keterbatasan inovasi/perubahan dalam konten ini juga merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh BAZNAS dalam meningkatkan literasi zakat dikalangan masyarakat milenial melalui media sosial. Dan apabila BAZNAS tidak terus berinovasi dengan format konten misalkan seperti video-video pendek, infografis, ataupun live streaming di media sosial BAZNAS tersebut, jika tidak melalui format-format konten tersebut mungkin saja konten-konten yang dibuat menjadi terasa monoton dan cepat bosan. Apa lagi jika konten tersebut kurang menarik bagi audiens milenial yang mana mereka ini cepat bosennya.

Dan adapun kendala yang dialami oleh BAZNAS Kota Banjarbaru dalam melaksanakan pembagian atau program yang sedang dilaksanakan yaitu:

a. Adanya keterbatasan dana yang akan dikeluarkan tersebut membuat BAZNAS Kota Banjarbaru menjadi kekurangan pemasukan untuk melakukan program tersebut,
b. Melonjaknya proposal bantuan yang masuk kepada BAZNAS Kota Banjarbaru juga menjadi pemicu atas terkendalanya pelaksanaan program ini,
c. Dan persyaratan bantuan program yang belum terpenuhi ini juga menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh BAZNAS Kota Banjarbaru.