

ABSTRAK

Muhammad Rizky Firdaus: NIM. 210104030071. *Ekuitas Merek BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan dalam Menarik Minat Masyarakat untuk Berzakat.* Pembimbing (I): Fahriansyah S. Ag, M. Ag. (II): Devi Noviyanti, SE., MM Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin 2025.

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Minat Masyarakat, Zakat, BAZNAS, Kepercayaan Publik

Pengelolaan zakat dengan perantara lembaga resmi masih menghadapi tantangan rendahnya partisipasi masyarakat dalam menyalurkan zakat secara terorganisir. Fenomena ini juga dialami oleh BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan, meskipun memiliki legitimasi hukum sebagai lembaga negara dan beroperasi di wilayah dengan karakter masyarakat religius. Salah satu faktor penting yang memengaruhi minat masyarakat berzakat adalah persepsi, kepercayaan, dan citra lembaga, yang dibentuk dengan perantara proses ekuitas merek.

Penelitian yang dikaji ditujukan untuk menganalisis ekuitas merek BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan dalam menarik minat masyarakat untuk berzakat serta mengidentifikasi penerimaan dan respon publik terhadap strategi *branding* yang dijalankan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Data dihimpun dengan perantara wawancara mendalam dengan pimpinan dan staf BAZNAS, muzakki, dan tokoh agama, observasi lapangan, serta dokumentasi berupa laporan tahunan dan aktivitas media sosial. Analisis data dilakukan dengan perantara tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan dilaksanakan dengan perantara penguatan identitas lembaga, komunikasi publik berbasis nilai religius dan sosial, serta pemanfaatan media offline dan online (digital). Strategi tersebut berpartisipasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, membentuk asosiasi positif terhadap citra lembaga, dan memperkuat persepsi kualitas layanan. Peningkatan jumlah muzakki dan keterlibatan publik di media sosial menjadi indikasi meningkatnya penerimaan masyarakat. Namun demikian, masih ditemukan tantangan berupa keraguan sebagian masyarakat terhadap transparansi dan konsistensi komunikasi lembaga. Secara keseluruhan, ekuitas merek BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan berperan dalam menarik minat masyarakat untuk berzakat, meskipun memerlukan penguatan strategi agar dampaknya lebih optimal dan berkelanjutan.