

ABSTRAK

Dimas Arysyachlevy. 220104030094. Peran dan Manfaat Transformasi Promosi Digital dalam Meningkatkan Minat Zakat di BAZNAS Kota Banjarmasin. Pembimbing: Fahriansyah, S.Ag., M.Ag., Devi Noviyanti, S.E., M.M. pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin. 2026.

Kata kunci: Peran, Manfaat, Transformasi Promosi Digital, Minat Zakat, BAZNAS Kota Banjarmasin, Media Sosial.

BAZNAS Kota Banjarmasin telah beralih dari promosi konvensional (spanduk, brosur, ceramah) ke promosi digital melalui *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, *website*, dan *WhatsApp*. Namun, penghimpunan zakat masih fluktuatif dan belum optimal dibandingkan potensi serta target yang ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran, bentuk, dan dampak transformasi promosi digital terhadap minat zakat. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran transformasi promosi digital mencakup sepuluh manfaat utama, antara lain peningkatan efisiensi operasional, optimalisasi pengalaman *muzakki*, inovasi layanan, perluasan akses pasar, dan keunggulan bersaing. Bentuk transformasi meliputi peralihan media dari konvensional ke digital, perubahan konten dari teks ke video visual, serta integrasi layanan pembayaran *online* dan komunikasi dua arah. Dampaknya terhadap minat zakat terlihat pada faktor dari dalam (rasa ingin tahu), faktor motif sosial (bukti sosial dan pengakuan publik), serta faktor emosional (haru dan empati melalui dokumentasi penyaluran). Namun, efektivitasnya masih terhambat oleh keterbatasan sumber daya manusia, inkonsistensi konten, dan persaingan informasi di media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi promosi digital berperan positif dalam meningkatkan minat zakat, tetapi diperlukan penguatan manajemen konten, pelatihan SDM, serta pencatatan data *muzakki* per kanal untuk evaluasi yang lebih akurat.