

## ABSTRAK

**Lilis Kholisoh:** Optimalisasi Strategi Promosi dalam Meningkatkan *Public Awareness* terhadap Zakat (Studi Kasus di BAZNAS Kabupaten Pangandaran)

Kesadaran masyarakat Kabupaten Pangandaran untuk menunaikan zakat melalui BAZNAS masih rendah, meskipun potensi zakat cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan belum optimal dan perlu ditingkatkan agar mampu mendorong partisipasi muzakki melalui lembaga resmi.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi promosi BAZNAS Kabupaten Pangandaran dalam meningkatkan *public awareness* terhadap zakat. Fokus kajian mencakup tahapan menarik perhatian, menumbuhkan minat, membangkitkan keinginan, hingga mendorong tindakan masyarakat, mengacu pada teori AIDA (Kotler & Keller, 2016). Penelitian ini juga menggunakan teori kesadaran masyarakat dari Soerjono (1983), yang meliputi pengetahuan, pemahaman, sikap, dan perilaku.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pengelola BAZNAS, muzakki, dan mustahik. Teknik analisis data mencakup reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Pangandaran telah menerapkan strategi promosi langsung seperti sosialisasi melalui Unit Pengumpul Zakat (UPZ) dan ASN, serta strategi promosi digital melalui media sosial dan website. Strategi tersebut berhasil membangun *awareness* masyarakat secara bertahap melalui tahapan AIDA. Namun, efektivitas strategi promosi masih terbatas karena kendala pada kapasitas SDM, minimnya inovasi konten digital, dan kurang optimalnya evaluasi program. Temuan ini mempertegas bahwa strategi promosi zakat yang efektif harus berorientasi pada pendekatan komunikasi yang terstruktur dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Implikasi dari penelitian ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan strategi promosi sosial berbasis nilai-nilai Islam di lembaga zakat formal.

**Kata Kunci:** Optimalisasi, strategi promosi, *public awareness*, zakat.