

ABSTRAK

Tubagus Nursayid: *Strategi Komunikasi Digital BAZNAS Kota Cirebon Dalam Publikasi Ajakan ZIS Melalui Instagram @Baznascirebonkota*

BAZNAS Kota Cirebon menghadapi kesenjangan antara potensi zakat yang diperkirakan mencapai sekitar Rp20 miliar per bulan dengan realisasi penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) pada tahun 2023 sebesar Rp6.980.344.662. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa potensi zakat belum sepenuhnya dapat dioptimalkan sehingga diperlukan strategi komunikasi digital yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan adalah memanfaatkan media sosial Instagram @baznascirebonkota sebagai media publikasi ajakan ZIS.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital BAZNAS Kota Cirebon dalam publikasi ajakan ZIS melalui Instagram dengan fokus pada program perencanaan strategi komunikasi digital, implementasi strategi komunikasi digital, dan bentuk konten publikasi ajakan ZIS.

Teori Strategi Komunikasi yang dikemukakan oleh Hafied Cangara (2020) digunakan sebagai landasan utama dengan didukung konsep komunikasi digital oleh Rulli Nasrullah (2023). Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi ditentukan oleh proses perencanaan, penyusunan pesan, penentuan sasaran khalayak, pemilihan media, implementasi, dan evaluasi komunikasi agar pesan dapat diterima secara efektif oleh audiens.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan paradigma konstruktivisme. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan pengelola akun Instagram BAZNAS Kota Cirebon, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan uji keabsahan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital BAZNAS Kota Cirebon dilaksanakan melalui tiga aspek utama, yaitu: (1) program perencanaan yang meliputi penetapan tujuan komunikasi, sasaran audiens, penyusunan pesan, pemilihan media, penjadwalan publikasi, dan evaluasi; (2) implementasi strategi melalui publikasi konten edukasi ZIS, kampanye ajakan zakat, dokumentasi penyaluran, laporan transparansi, publikasi kegiatan sosial, serta pemanfaatan fitur Instagram; dan (3) bentuk konten yang terdiri atas konten edukasi, dokumentasi penyaluran, call-to-action, laporan transparansi, dan publikasi kegiatan sosial yang dikemas secara informatif, persuasif, dan interaktif. Strategi komunikasi digital tersebut mendukung peningkatan penyebaran informasi, membangun kepercayaan masyarakat, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah melalui Instagram.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Digital, Instagram , Publikasi ZIS, BAZNAS Kota Cirebon*