

Pengaruh Kualitas Informasi Instagram Lembaga BAZNAS RI (@baznasindonesia) Terhadap Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers

141

Gilang Musfi Amrullah*

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
gmusfi.amrullah17@mhs.uinjkt.ac.id

Nuryudi

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
nuryudi@uinjkt.ac.id

*) Corresponding Author

Received : 21-09-2023
Revised : 02-11-2023
Accepted : 03-11-2023

How to Cite:

Amrullah, G.M. & Nuryudi (2023). Pengaruh Kualitas Informasi Instagram Lembaga BAZNAS RI (@baznasindonesia) Terhadap Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers, *Librarianship in Muslim Societies*, 2(2), 141-161.

DOI: 10.15408/lims.v2i2.34911



© 2023 by Gilang Musfi Amrullah, Nuryudi
This work is an open access article distributed under the terms and conditions of the
Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License (CC BY NC SA)

Abstract

The Instagram account @baznasindonesia is the main source for the public in finding information and references regarding activities related to zakat. The purpose of this study was to measure how well followers evaluate the quality of information on Instagram @baznasindonesia, to measure how much Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) practices are practiced by followers on the Instagram @baznasindonesia account, and to measure how much influence the quality of information has on the practice of Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) instagram followers @baznasindonesia. The research method in this study is quantitative with simple linear regression as the data analysis technique. The sample used was 100 respondents taken from followers of the @baznasindonesia Instagram account with a questionnaire. The results showed that the quality of information was considered very good with a total mean of 3.40 in the scale range of 3.25 – 4.00 (Very High) and the practice of Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) had a total mean of 2.93 in the scale range of 2.50 – 3.24 (High). Furthermore, the quality of information has a fairly strong correlation with the practice of ZIS, which is equal to 0.483 which is in the range $> 0.25 - 5$ (quite strong), and the amount of influence given by the quality of information on the practice of Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) is 0.233 or 23.3 %. Based on the results of the study, instagram @baznasindonesia managers from BAZNAS RI need to add more comprehensive information, such as integrating information owned by BAZNAS RI on Instagram @baznasindonesia.

Keywords: *Quality of Information, Instagram, BAZNAS RI, Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)*

Abstrak

Akun instagram @baznasindonesia menjadi sumber utama bagi masyarakat dalam mencari informasi dan referensi terkait kegiatan yang berkaitan dengan zakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa baik penilaian followers mengenai kualitas informasi instagram @baznasindonesia, untuk mengukur seberapa besar pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers akun instagram @baznasindonesia, dan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas informasi terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) oleh followers instagram @baznasindonesia. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan regresi linear sederhana sebagai teknik analisis datanya. Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang diambil dari followers akun instagram @baznasindonesia dengan kuesioner sebagai instrument pengambilan data. Hasil penelitian menunjukkan kualitas informasi dinilai sangat baik dengan total mean 3,40 berada pada rentang skala 3,25 – 4,00 (Sangat Tinggi) dan pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) memiliki total mean 2,93 berada pada rentang skala 2,50 – 3,24 (Tinggi). Selanjutnya kualitas informasi memiliki korelasi yang cukup kuat terhadap pengamalan ZIS yaitu sebesar 0,483 yang berada pada rentang $> 0,25 - 5$ (cukup kuat), dan besaran pengaruh yang diberikan kualitas informasi terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) sebesar 0,233 atau 23,3 %. Berdasarkan hasil penelitian, pengelola instagram @baznasindonesia dari BAZNAS RI perlu menambahkan informasi yang lebih lengkap, seperti mengintegrasikan informasi yang dimiliki BAZNAS RI di instagram @baznasindonesia.

Kata Kunci: Kualitas Informasi, Instagram, BAZNAS RI, Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

PENDAHULUAN

Instagram terus mengalami pertumbuhan yang pesat sejak peluncurannya. Aplikasi ini awalnya dikembangkan oleh Kevin Systrom pada tahun 2010 dan menawarkan berbagai fitur, termasuk kemampuan untuk berbagi foto, serta berbagai fitur lainnya yang terus berkembang (George Berkowski, 2016).

Berkembangnya penggunaan instagram di kalangan masyarakat menjadikan instagram semakin meningkat kualitasnya, sehingga tidak hanya membagikan hasil postingan berupa gambar dan video, kini masyarakat dapat menggunakan instagram untuk mengespresikan diri melalui fitur yang disediakan mulai dari live story, IGTV, dengan menggunakan efek-efek yang disediakan dalam platform tersebut. Hal ini membuat banyak lembaga di Indonesia memiliki akun media sosial instagram (Sazali & Sukriah, 2021).

Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia (BAZNAS RI) merupakan satu lembaga yang memiliki akun instagram yaitu @baznasindonesia. Informasi yang sering dimuat dalam akun instagram @baznasindonesia tentunya mengenai informasi yang berkaitan dengan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Contoh postingan yang diunggah yaitu mengenai layanan konsultasi zakat, jenis zakat, kegiatan sosial pendayagunaan dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) (“Badan Amil Zakat Nasional (@baznasindonesia) | Instagram,” 2023). Akun ini merupakan akun lembaga zakat kedua terbesar di Indonesia setelah akun instagram @rumahzakat karena jumlah followers yang dimilikinya saat ini sudah mencapai 120.000 followers pada bulan Januari 2023 (“Badan Amil Zakat Nasional (@baznasindonesia) | Instagram,” 2023).

Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia (BAZNAS RI) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Hal ini sesuai dengan hukum dasar zakat di dalam Al-Qur'an yaitu:

Qs. At-Taubah: 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ
صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya :

“ambilah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka, dan Allah Maha Mendengar lagi Maha mengetahui.” (Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur’an, 2015, p. Q.S. At-Taubah: 103).

Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS RI sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional (Indonesia, 2011). Dalam UU tersebut, BAZNAS RI dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada presiden melalui menteri agama. Dengan demikian, BAZNAS RI bersama pemerintah bertanggung jawab untuk mengawal pengelolaan zakat yang berasaskan: syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas.

Akun instagram @baznasindonesia menjadi sumber utama bagi masyarakat dalam mencari informasi dan referensi terkait kegiatan yang berkaitan dengan zakat. Di akun ini, pengguna dapat menemukan berbagai informasi mengenai jenis zakat, penerima zakat yang berhak, serta nomor rekening untuk melakukan pembayaran zakat kepada BAZNAS RI. Pengguna Instagram dan para pengikut akun ini dapat mengakses konten dari @baznasindonesia, melihat foto dan video yang diunggah, serta mencari informasi yang diinginkan dengan menggunakan hashtag terkait jenis zakat yang mereka cari.

Konten visual yang diunggah di akun @baznasindonesia memberikan informasi mengenai berbagai aspek Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Misalnya, konten tersebut mencakup aktivitas sosial relawan BAZNAS RI dalam menangani bencana banjir, data pertumbuhan pengumpulan dana oleh BAZNAS RI, persentase penyaluran ZIS dalam berbagai bidang seperti sosial, pendidikan, kesehatan, ekonomi, advokasi, dan dakwah. Melalui foto dan video yang diposting, akun ini menyampaikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan tersebut (“Badan Amil Zakat Nasional (@baznasindonesia) • Instagram Photos and Videos,” 2023). Semuanya dimuat dalam konten informasi instagram @baznasindonesia secara bergantian.

Akun instagram @baznasindonesia sudah dibuat sejak bulan Agustus 2014 dan sampai saat ini jumlah followers akun instagram @baznasindonesia terus mengalami peningkatan. Hal ini tentunya menjadi bukti bahwa keberadaan akun instagram @baznasindonesia diperlukan oleh masyarakat khususnya followers akun instagram @baznasindonesia untuk mengetahui perkembangan program

yang ada di BAZNAS RI.

Adapun data statistik pengumpulan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) yang dilakukan oleh BAZNAS RI tahun 2002 – 2019 sebagai berikut (Adinugroho & Kurniawan, 2020):



Gambar 1. Pertumbuhan Pengumpulan ZIS dan DSKL 2002-2019

Dari grafik di atas dapat terlihat bahwa pada tahun 2002 - 2014 sebelum ada akun instagram @baznasindonesia pengumpulan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) mengalami peningkatan yaitu dari 68 Miliar – 3.300 miliar dalam kurun waktu 12 tahun meningkat 3.232 miliar. Pada tahun 2014 -2019 sesudah memiliki akun instagram @baznasindonesia meningkat 6.996 miliar dalam kurun waktu 5 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa setelah adanya akun instagram @baznasindonesia pengumpulan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) mengalami peningkatan yang lebih cepat setiap tahunnya.

Berdasarkan informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten informasi yang diposting di instagram memiliki peran yang sangat penting. Sampai saat ini, belum ada pembahasan khusus mengenai pengaruh kualitas informasi akun instagram @baznasindonesia terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers-nya. Kualitas informasi mengacu pada sejauh mana informasi dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua individu yang memerlukan informasi tersebut dalam menjalankan tugas mereka secara konsisten. Konsep ini berhubungan dengan produk informasi yang mengolah data untuk memberikan makna kepada penerima informasi (Al-Hakim, 2007). Menurut McLeod & Schell informasi dapat dianggap berkualitas jika memenuhi kriteria-kriteria berikut ini (Raymond McLeod, Jr. & George Schell, 2004): 1. Akurat, artinya kualitas informasi terletak pada keakuratan, yang berarti informasi tersebut mencerminkan kondisi yang sebenarnya. 2. Tepat waktu, artinya kualitas informasi juga ditentukan oleh kepatuhan waktu, sehingga informasi harus tersedia tepat waktu saat

dibutuhkan. 3. Relevan, informasi yang relevan adalah bagian dari kualitas informasi, di mana informasi yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan yang ada. 4. Lengkap, artinya informasi harus utuh, tidak setengah-setengah. Instagram, yang sering disingkat sebagai IG atau Insta, adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video ("Instagram," 2021). Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) adalah pengamalan merujuk pada proses, metode, atau tindakan untuk memenuhi kewajiban atau tugas yang ditugaskan ("Hasil Pencarian - KBBI Daring," 2023). Zakat adalah tindakan mengeluarkan sebagian dari harta yang telah mencapai nisab (batas minimum) untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (Lubis, 2019). Infak merupakan pengeluaran harta dengan tujuan melaksanakan ajaran agama Islam ("Perbedaan Zakat, Infak, dan Sedekah - Dompot Dhuafa," 2020). Secara istilah, sedekah merujuk pada pemberian yang dilakukan oleh seorang Muslim kepada sesama Muslim dengan ikhlas dan sukarela, tanpa batasan waktu dan jumlah tertentu ("Perbedaan Zakat, Infak, dan Sedekah - Dompot Dhuafa," 2020). Pengamalan merujuk pada tindakan konkret dalam melaksanakan kewajiban agama, seperti membayar zakat, infak, dan sedekah oleh para pengikut akun instagram @baznasindonesia. Pengikut (followers) Instagram mengacu pada orang yang mengikuti atau mengambil langganan dari akun Instagram tertentu (Bambang Dwi Atmoko, 2012). Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) dalam penelitian ini diadaptasikan dengan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Menurut Kotler dan Keller formula AIDA merupakan formula yang paling sering digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh, dan formula itu dapat diterapkan pada suatu iklan. Perencanaan ini terdiri atas perhatian (Attention), ketertarikan produk (Interest), membuat keinginan untuk memiliki produk (Desire), dan mengajak pelanggan untuk melakukan tindakan dalam pembelian produk (Action). Dalam penelitian ini teori AIDA menjabarkan terkait dengan sebuah proses followers melakukan pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) sesuai dengan penjelasan Kotler dan Keller yaitu teori AIDA (Attention, Interest, Desire, and Action) merupakan suatu pesan yang harus mendapatkan:

1. Perhatian (Attention) : Menimbulkan perhatian pelanggan, berarti followers @baznasindonesia menjadi perhatian dengan Zakat, Infak , Sedekah (ZIS)
2. Ketertarikan (Interest) : Menimbulkan perasaan ingin tahu, followers memiliki ketertarikan terhadap Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)
3. Keinginan (Desire) : Menimbulkan motif dan motivasi, followers memiliki

motivasi untuk Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

4. Tindakan (Action) : Menimbulkan keinginan kuat sehingga terjadi pengambilan keputusan, followers melakukan tindakan membayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) (Kotler & Keller, 2009).

Terdapat beberapa literatur yang telah membahas tentang peran instagram di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Zulfadli dan Wulandari(2021) dengan judul “Pengaruh Konten Instagram @bocokopi Terhadap Minat Beli Followers”.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan 94 responden dengan rumus Slovin ini menunjukkan bahwa konten yang terdapat di instagram @bocokopi mempengaruhi minat beli. Penelitian lainnya adalah yang dilakukan oleh Nining Kartika (2021), dengan Judul “Pengaruh Kualitas Informasi dalam Media Instagram @nusatalent Terhadap Citra Nusa Talent”. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan metode survei eksplanatif dan menggunakan sampel 100 responden menunjukkan bahwa kualitas informasi yang terdapat pada akun @nusatalent mempengaruhi citra perusahaan itu sendiri.

Dua penelitian terdahulu hanya membahas dampak insatgram terhadap minat beli dan citra. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengkaji dampak instagram terhadap aspek lainnya, yaitu pengamalan ZIS. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk: a. mengukur seberapa baik penilaian followers mengenai kualitas informasi instagram @baznasindonesia. b. mengukur seberapa besar pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers akun instagram @baznasindonesia. c. mengukur seberapa besar pengaruh kualitas informasi terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers instagram @baznasindonesia.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kuantitatif sebagai jenis penelitian dan pendekatannya. Tujuan penelitian deskriptif kuantitatif ini adalah untuk memberikan deskripsi yang objektif terhadap suatu hal tanpa mengubah atau memanipulasi data yang ada (Irawan, 2004). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai bulan Februari 2023 di akun instagram @bazanasindonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah followers instagram @baznasindonesia yaitu sebanyak 119 ribu followers akun instagram @baznasindonesia pada tanggal 17 Januari 2023. Penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling dan teknik sampling yang digunakan adalah sampling insidental yaitu pengambilan sampel secara kebetulan berdasarkan pertemuan dan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan untuk menjadi sumber data (Sugiyono, 2006). Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel dengan batas taraf signifikansi (toleransi kesalahan) sebesar 10% sehingga didapatkan jumlah

sampel sebanyak 100 responden.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari para responden, yaitu followers instagram @baznasindonesia melalui kuesioner yang disebar pada saat proses penelitian. Identitas Responden sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 53 orang atau sebesar 53%. Sedangkan sebanyak 47 orang atau sebesar 47% dari total 100 responden merupakan responden dengan jenis kelamin perempuan. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 18 - 29 tahun, yaitu sebanyak 88 orang atau sebesar 88%. Usia 30 – 39 tahun sebanyak 5 orang atau sebesar 5%. Sebanyak 7 orang atau sebesar 7% dari total 100 responden merupakan responden dengan usia >40 tahun. Sebagian besar responden (51%) atau 51 orang berstatus sebagai mahasiswa, dan sebagian kecil berstatus sebagai karyawan swasta (20%) atau 20 orang, amil zakat (11%) atau 11 orang, lulusan baru (8%) atau 8 orang, wirausaha (7%) atau 7 orang, dan pegawai negeri (3%) atau 3 orang. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data statistik yang diperoleh dari website BAZNAS RI.

Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan tipe Skala Likert untuk mengukur masing-masing variabel penelitian, yaitu Kualitas Informasi Instagram @baznasindonesia sebagai Variabel X (variabel bebas) dan Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers sebagai Variabel Y (variabel terikat). Di mana Variabel X diukur menggunakan dimensi Kualitas Informasi menurut McLeod & Schell (2004), yang terdiri dari Akurat, Tepat Waktu, Relevan, Lengkap, Penyajian Informasi. Sedangkan Variabel Y diukur menggunakan indikator penilaian Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) menurut Kotler dan Keller (2009), yang terdiri dari Perhatian, Minat, Keinginan, Tindakan.

Kuesioner penelitian diberikan kepada para responden, yaitu followers instagram @baznasindonesia untuk diisi sesuai dengan kondisi yang mereka alami dan rasakan. Peneliti menyebarkan selebaran yang berisi tautan yang langsung terhubung ke kuesioner penelitian sehingga responden dapat mengisi kuesioner melalui Google Form menggunakan gadgetnya masing-masing tanpa harus mengembalikan selebaran yang telah diberikan. Selain dengan kuesioner, dalam pengumpulan data juga digunakan teknik studi pustaka dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan sarana analisis SPSS yang meliputi beragam uji statistik, diantaranya uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, Analisis Regresi Linear Sederhana, Uji T, Uji F, Uji asumsi klasik, dan Analisis Korelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil Uji Validitas, diketahui bahwa 12 (dua belas) item pernyataan seluruhnya dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam kuesioner penelitian untuk mengukur Variabel X. Item-item pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid karena besar nilai signifikansi di bawah 5 % ($< 0,05$) dan nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), seperti dapat dilihat dalam distribusi nilai R tabel Product Moment signifikansi 5%. Nilai R tabel signifikansi 5% untuk jumlah responden 100 orang adalah 0,196.

Dari hasil uji validitas Variabel Y, dapat diketahui bahwa 11 (sebelas) item pernyataan seluruhnya dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam kuesioner penelitian untuk mengukur Variabel Y. Butir item pernyataan bisa dinyatakan valid karena besar nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel ($R \text{ hitung} > R \text{ tabel}$), seperti dapat dilihat dalam distribusi nilai R tabel Product Moment signifikansi 5%. Nilai R tabel signifikansi 5% untuk jumlah responden 100 orang adalah 0,196.

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas, diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,911. Hal ini menunjukkan bahwa item kuesioner Variabel X dinyatakan reliabel, mengingat nilai $0,911 > 0,6$. Di sisi lain, diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,925. Hal ini menunjukkan bahwa item kuesioner Variabel Y dinyatakan reliabel, mengingat nilai $0,925 > 0,6$. Dari hasil uji realibilitas, dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten. Hal ini berarti bahwa kuesioner akan dapat menghasilkan nilai yang relatif sama (konsisten) jika dilakukan pengukuran di akun instagram lain atau digunakan berulang kali dari waktu ke waktu.

Deskripsi Kualitas Informasi Instagram dan Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

Berdasarkan hasil penelitian, nilai skor rata-rata Variabel X (Kualitas Informasi Instagram @baznasindonesia) adalah 3,40 dan berada pada skala interval 3,25 - 4 yang termasuk dalam kriteria sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden penelitian melihat kualitas informasi instagram @baznasindonesia sudah sangat baik. Seperti yang terlihat pada Tabel 1, nilai skor Variabel Y (Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers) adalah 2,93 dan berada pada skala interval 2,50 – 3,24 yang termasuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden penelitian memiliki pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) yang sudah tinggi.

Tabel 1. Nilai Skor Variabel Y

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KI_1	100	1.00	4.00	3.4100	.60461
KI_2	100	1.00	4.00	3.5200	.57700
KI_3	100	1.00	4.00	3.6100	.54855
KI_4	100	1.00	4.00	3.2900	.60794
KI_5	100	1.00	4.00	3.6400	.54160
KI_6	100	1.00	4.00	3.4500	.60927
KI_7	100	1.00	4.00	3.1000	.68902
KI_8	100	1.00	4.00	3.1700	.71145
KI_9	100	1.00	4.00	3.3500	.62563
KI_10	100	1.00	4.00	3.3400	.60670
KI_11	100	1.00	4.00	3.4900	.62757
KI_12	100	1.00	4.00	3.5300	.64283
Valid N (listwise)	100				

Tabel 2. Hasil Kuesioner Variabel X dan Variabel Y

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PZ_1	100	1.00	4.00	2.9400	.93008
PZ_2	100	1.00	4.00	2.8600	.85304
PZ_3	100	1.00	4.00	3.1600	.77486
PZ_4	100	1.00	4.00	3.2000	.71067
PZ_5	100	1.00	4.00	2.6800	.86316
PZ_6	100	1.00	4.00	2.6700	.85345
PZ_7	100	1.00	4.00	2.7300	.82701
PZ_8	100	1.00	4.00	3.0400	.86363
PZ_9	100	1.00	4.00	2.9100	.86568
PZ_10	100	1.00	4.00	3.0500	.94682
PZ_11	100	1.00	4.00	3.0000	.88763
Valid N (listwise)	100				

Uji Normalitas

Pengujian ini dilaksanakan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dari tabel uji Kolmogorov-Smirnov didapatkan nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed) atau signifikansi yaitu 0,151, hal ini berarti nilai tersebut melebihi nilai 0,05. Maka didapatkan hasil bahwa distribusi data pada penelitian ini termasuk normal, seperti yang terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Pada One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.22217699
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.056
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.151 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Heteroskedastisitas

Pada tabel pengujian glesjer nilai signifikansinya senilai 0,306, hal ini berarti nilai tersebut melebihi nilai 0,05. Maka hasil dari pengujian ini menunjukkan model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas, sebagaimana pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode Glesjer

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.672	3.079		.543
	Kualitas Informasi	.077	.075	.103	.306

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji Linearitas

Dari tabel tersebut nilai dari Deviation from linearity Sig. mendapatkan nilai 0,355, hal ini berarti nilai tersebut melebihi nilai 0,05. Maka didapatkan hasil bahwa ada hubungan diantara 2 variabel tersebut secara linear dan signifikan, sebagaimana Tabel 5

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) * Kualitas Informasi	Between Groups	(Combined)	1890.146	18	105.008	2.738	.001
		Linearity	1163.407	1	1163.407	30.339	.000
		Deviation from Linearity	726.739	17	42.749	1.115	.355
	Within Groups		3106.094	81	38.347		
	Total		4996.240	99			

152

Hasil Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.604	4.924		.258
	Kualitas Informasi	.651	.119	.483	.000

a. Dependent Variable: Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

Dari pengujian tersebut didapatkan nilai koefisien konstanta senilai 5,604 dengan nilai koefisien variabel kualitas informasi sebesar 0,651, sebagaimana pada Tabel 6. Dengan ketentuan pada regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

X = Kualitas Informasi

Y = Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

Maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,604 + 0,651X$$

Dari ketentuan tersebut, nilai a mendapatkan 5,604 yang berarti konstanta di mana variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) dalam keadaan belum dipengaruhi oleh variabel kualitas informasi. Sedangkan, nilai b mendapatkan 0,651 yang berarti variabel kualitas informasi memiliki pengaruh positive terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS). Dari nilai-nilai tersebut

memiliki skenario jika ada kenaikan 1 (satuan) pada variabel kualitas informasi maka akan berpengaruh pada pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) dengan nilai sebanyak 0,651.

Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.483 ^a	.233	.225	6.25384

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi
b. Dependent Variable: Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

153

Tabel.7 menunjukkan bahwa nilai dari R Square senilai 0,233 atau sebesar 23,3 %. Maka didapatkan hasil pengaruh yang diberikan dari variabel kualitas informasi kepada variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) sebesar 23,3 %. Sedangkan sisanya sebesar 76,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain di luar penelitian ini.

Uji T (Signifikansi Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi T (Uji T)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.604	4.924		1.138
	Kualitas Informasi	.651	.119	.483	.000

a. Dependent Variable: Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

Dari pengujian tersebut, nilai signifikansi kualitas informasi mendapatkan nilai signifikansi yang diperoleh senilai 0,000, sebagaimana Tabel 8. Hal ini berarti nilai tersebut tidak melebihi 0,05. Maka didapatkan hasil yaitu variabel kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS).

Uji F (Signifikansi Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji Signifikansi Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1163.407	1	1163.407	29.747	.000 ^b
	Residual	3832.833	98	39.111		
	Total	4996.240	99			

a. Dependent Variable: Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai F diperoleh sebesar 29,747 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti nilai tersebut tidak melebihi 0,05. Maka didapatkan hasil yaitu variabel kualitas informasi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS).

Analisis Korelasi

Tabel 10. Hasil Uji Analisis Korelasi

Correlations

		Kualitas Informasi	Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)
Kualitas Informasi	Pearson Correlation	1	.483**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)	Pearson Correlation	.483**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari pengujian yang terlihat pada Tabel 10, hubungan dari kedua variabel yaitu kualitas informasi dengan variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) mendapatkan nilai Pearson Correlation senilai 0,483. Maka diperoleh hasil bahwa variabel kualitas informasi berhubungan secara positif terhadap variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) yang memiliki hubungan atau korelasi yang cukup kuat karena berada pada rentang 0,42–0,50.

Pembahasan

Penilaian followers mengenai Kualitas Informasi instagram @baznasindonesia

Berdasarkan analisis deskripsi yang telah dilakukan, maka diketahui perolehan total skor rata-rata pada variabel kualitas informasi adalah 3,40. Nilai tersebut masuk dalam skala nilai 3,25 – 4,00 sehingga dapat diartikan memiliki nilai yang sangat baik. Dari setiap dimensi variabel kualitas informasi rincian skornya adalah sebagai berikut:

Akurat

Dalam pernyataan yang menerangkan mengenai keakuratan informasi instagram @baznasindonesia yaitu pernyataan 1, 2, dan 3 diperoleh skor rata-rata tiap masing-masing adalah 3,41; 3,52; dan 3,61 yang masuk dalam skala nilai 3,25 – 4,00 (Sangat Baik). Maka dapat dikatakan kualitas informasi instagram @baznasindonesia sudah memiliki keakuratan yang sangat baik. Kualitas informasi instagram @baznasindonesia sudah mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Hal ini sudah sesuai menurut McLeod & Schell yang mengatakan informasi yang akurat harus mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Ketepatan Waktu

Dalam pernyataan yang menerangkan mengenai ketepatan waktu informasi instagram @baznasindonesia yaitu pernyataan 4, 5, dan 6 diperoleh skor rata-rata tiap masing-masing 3,29; 3,64; 3,45 yang masuk dalam skala nilai 3,25 – 4,00 (Sangat Baik). Maka dapat dikatakan kualitas informasi instagram @baznasindonesia sudah memiliki ketepatan waktu yang sangat baik. Hasil ini sudah sesuai dengan apa yang dikatakan McLeod dan Schell bahwa informasi yang baik harus tersedia tepat waktu saat dibutuhkan.

Lengkap

Dalam pernyataan yang menerangkan mengenai kelengkapan informasi instagram @baznasindonesia yaitu pernyataan 7 dan 8 diperoleh skor rata-rata tiap masing-masing 3,10 dan 3,17 yang masuk dalam skala nilai 2,50 – 3,24 (Baik). Maka dapat dikatakan kelengkapan informasi instagram @baznasindonesia sudah baik. Hal ini sudah sesuai dengan pernyataan McLeod & Schell yakni informasi harus utuh tidak setengah-setengah.

Relevan

Dalam pernyataan yang menerangkan mengenai kerelevanan informasi

instagram @baznasindonesia yaitu pernyataan 9 dan 10 diperoleh skor rata-rata tiap masing-masing adalah 3,35 dan 3,34 yang masuk dalam skala nilai 3,25 – 4,00 (Sangat Baik). Maka dapat dikatakan kualitas informasi instagram @baznasindonesia sudah memiliki kerelevanan yang sangat baik. Dalam hal ini sudah sesuai dengan apa yang dikatakan McLeod & Schell yaitu informasi harus sesuai dengan kebutuhan yang ada.

Penyajian Informasi

Dalam pernyataan yang menerangkan mengenai penyajian informasi instagram @baznasindonesia yaitu pernyataan 11 dan 12 diperoleh skor rata-rata tiap masing-masing adalah 3,49 dan 3,53 yang masuk dalam skala nilai 3,25 – 4,00 (Sangat Baik). Maka dapat dikatakan kualitas informasi instagram @baznasindonesia sudah memiliki penyajian informasi yang sangat baik. Dalam hal ini sudah sesuai dengan pemikiran McLeod & Schell bahwa penyajian informasi yang baik adalah harus memenuhi kriteria akurat, tepat waktu, relevan, dan lengkap.

Dari keseluruhan hasil skor rata-rata yang bernilai tinggi terdapat nilai mean yang bernilai terkecil yaitu pada pernyataan informasi di instagram @baznasindonesia lengkap dengan nilai skor rata-rata 3,10. Sedangkan pernyataan yang memiliki mean tertinggi, terdapat pada pernyataan instagram @baznasindonesia membantu saya memperoleh informasi terbaru tentang BAZNAS RI dengan nilai 3,64.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas informasi dinilai sangat baik dengan berbagai indikator dan pertimbangan. Salah satunya kualitas informasi dinilai sangat baik oleh followers karena dengan adanya instagram @baznasindonesia bisa memberikan informasi terbaru tentang BAZNAS RI kepada followers. Dalam konten instagram @baznasindonesia menyajikan informasi yang secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut. Instagram @baznasindonesia menggunakan data sebagai masukan dan diolah menjadi informasi yang disajikan dengan baik di instagram @baznasindonesia (Al-Hakim, 2007).

1. Pengamalan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) Followers

Berdasarkan analisis deskripsi yang telah dilakukan, maka diketahui perolehan total skor rata-rata pada variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) adalah 2,93. Nilai tersebut masuk dalam skala nilai 2,50 – 3,24 sehingga dapat diartikan memiliki nilai yang tinggi. Dari setiap dimensi variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) rincian skornya adalah sebagai berikut:

Attention (Perhatian)

Dalam pernyataan yang menerangkan mengenai Attention (perhatian) terhadap pengamalan zakat yaitu pernyataan 1, 2, 3 dan 4 diperoleh skor rata-rata dengan masing-masing item sebesar 2,94, 2,86, 3,16, dan 3,20 yang masuk dalam skala nilai 2,50 – 3,24 (Tinggi). Maka dapat dikatakan perhatian terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers sudah tinggi. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Kotler & Keller yaitu perhatian (Attention) menimbulkan perhatian pelanggan.

Interest (Minat)

Dalam pernyataan yang menerangkan mengenai Interest (minat) terhadap pengamalan zakat yaitu pernyataan 10 dan 11 diperoleh skor rata-rata tiap masing masing 3,05 dan 3,00 yang masuk dalam skala nilai 2,50 – 3,24 (Tinggi). Maka dapat dikatakan Interest (minat) terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers sudah tinggi. Hasil ini sudah sesuai dengan apa yang dikatakan Kotler & Keller yaitu ketertarikan (Interest) menimbulkan perasaan ingin tahu.

Desire (Keinginan)

Dalam pernyataan yang menerangkan mengenai Desire (keinginan) terhadap pengamalan zakat yaitu pernyataan 8 dan 9 diperoleh skor rata-rata tiap masing masing 3,04 dan 2,91 yang masuk dalam skala nilai 2,50 – 3,24 (Tinggi). Maka dapat dikatakan Desire (keinginan) terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers sudah tinggi. Hal ini sudah sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Kotler & Keller yaitu keinginan (Desire) menimbulkan motif dan motivasi.

Action (Tindakan)

Dalam pernyataan yang menerangkan mengenai Action (tindakan) terhadap pengamalan zakat yaitu pernyataan 5, 6 dan 7 diperoleh skor rata-rata tiap masing masing 2,68; 2,67 dan 2,73 yang masuk dalam skala nilai 2,50 – 3,24 (Tinggi). Maka dapat dikatakan Action (tindakan) terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers sudah tinggi. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Kotler & Keller yaitu menimbulkan keinginan kuat sehingga terjadi pengambilan keputusan tindakan (Action).

Dari keseluruhan hasil skor rata-rata yang bernilai tinggi, terdapat nilai mean yang bernilai terkecil yaitu pada pernyataan saya sudah melakukan secara rutin membayar Infak di BAZNAS RI karena termotivasi oleh unggahan akun instagram @baznasindonesia dengan nilai skor rata-rata 2,67. Pernyataan yang

memiliki mean tertinggi, terdapat pada pernyataan saya mengetahui tugas BAZNAS RI secara umum karena saya melihat unggahan instagram @baznasindonesia dengan nilai 3,20.

Berdasarkan hasil tersebut dapat diinterpretasikan tingkat pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers sudah tinggi. Followers instagram @baznasindonesia tertarik untuk mengamalkan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) karena melihat informasi yang disajikan instagram @baznasindonesia.

2. Pengaruh Kualitas Informasi Instagram Lembaga BAZNAS RI (@baznasindonesia) terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers

158

Tabel 11. Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		Kualitas Informasi	Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)
Kualitas Informasi	Pearson Correlation	1	.483**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)	Pearson Correlation	.483**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil uji korelasi sebagaimana Tabel 11, nilai Pearson Correlation adalah 0,483. Maka didapatkan hasil variabel kualitas informasi memiliki hubungan secara positif terhadap variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) yang berkorelasi cukup kuat karena masuk pada skala nilai $> 0,25 - 0,5$.

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.604	4.924		1.138
	Kualitas Informasi	.651	.119	.483	.000

a. Dependent Variable: Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

Hasil Uji t sebagaimana Tabel 12 akan menjawab hipotesis penelitian ini, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas informasi instagram @baznasindonesia terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers-nya
- H_a : Terdapat pengaruh antara kualitas informasi instagram @baznasindonesia terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers-nya.

Berdasarkan hasil uji t bahwa kualitas informasi mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka didapatkan hasil bahwa variabel kualitas informasi instagram @baznasindonesia memiliki pengaruh terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers dengan ketentuan nilai signifikansi tidak lebih dari 0,05. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.483 ^a	.233	.225	6.25384

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi

b. Dependent Variable: Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

Pada tabel 13, nilai yang diperoleh menunjukkan pengaruh yang diberikan kualitas informasi instagram, @baznasindonesia terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers sebesar 0,233 atau sebesar 23,3%. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa pengaruh dari kualitas informasi instagram @baznasindonesia terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) adalah kecil 23,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas informasi instagram @baznasindonesia tidak berpengaruh besar terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Followers.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa kualitas informasi instagram @baznasindonesia sudah baik. Kualitas informasi instagram @baznasindonesia telah memenuhi unsur informasi yang baik yakni akurat, tepat, relevan, dan lengkap. Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers instagram @baznasindonesia sudah

masuk dalam kriteria tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari Attention (perhatian), Interest (minat), Desire (keinginan), dan Action (tindakan) followers @baznasindonesia yang sudah tinggi dalam pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS). Pengaruh kualitas informasi instagram @baznasindonesia memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) follower. Penilaian followers terhadap kualitas informasi instagram @baznasindonesia sangat baik terlihat dari hasil 12 pernyataan yang mendapatkan total mean sebesar 3,40, termasuk ke dalam 3,25 – 4,00 (Sangat Tinggi). Nilai mean terkecil terdapat pada pernyataan informasi yang ada di instagram @baznasindonesia lengkap dengan nilai skor rata-rata sebesar 3,10. Pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers berada pada tingkat tinggi terlihat dari 11 pernyataan yang mendapatkan hasil mean sebesar 2,93, termasuk ke dalam skala 2,50 – 3,24 (Tinggi). Followers memiliki keinginan untuk mengamalkan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS). Nilai mean terkecil terdapat pada pernyataan responden sudah melakukan secara rutin membayar Infak di BAZNAS RI karena termotivasi oleh unggahan akun instagram @baznasindonesia dengan skor rata-rata sebesar 2,67. Pernyataan yang memiliki skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan responden mengetahui tugas BAZNAS RI secara umum. Nilai mean unggahan instagram @baznasindonesia adalah sebesar 3,20. Pengaruh kualitas informasi instagram @baznasindonesia terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers berdasarkan uji korelasi atau hubungan antara variabel kualitas informasi instagram @baznasindonesia dengan variabel pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers memiliki hubungan yang cukup kuat berdasarkan nilai Pearson Correlation sebesar 0,483, di mana berada pada rentang 0,42 – 0,5 yang artinya cukup kuat. Berdasarkan nilai koefisien determinasi kualitas informasi instagram @baznasindonesia berpengaruh terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers sebesar 0,233 atau 23,3%. Hal ini menunjukkan kualitas informasi berpengaruh kecil dalam pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers. Dengan kata lain pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas informasi instagram @baznasindonesia saja, melainkan ada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi selain kualitas informasi instagram @baznasindonesia seperti sosialisasi secara langsung, media promosi seperti brosur, pamphlet, website, dll.

Kualitas informasi instagram @baznasindonesia menunjukkan skor terendah, terutama pada pernyataan kelengkapan informasi instagram. Oleh karena itu, pihak pengelola instagram @baznasindonesia dari BAZNAS RI bisa menambahkan informasi yang lebih lengkap, seperti mengintegrasikan informasi

yang dimiliki BAZNAS RI di instagram @baznasindonesia. Selain itu, kualitas informasi instagram @baznasindonesia terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers menunjukkan berpengaruh yang kecil terhadap pengamalan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) followers. Oleh karena itu, sebaiknya pihak BAZNAS RI menjalankan program sosialisasi di instagram @baznasindonesia yang lebih intens seperti iklan di instagram sehingga menjangkau lebih banyak followers untuk melihat konten instagram @baznasindonesia yang terbaru.

REFERENSI

- Adinugroho, A. S. & Kurniawan, R. (2020). Statistik Zakat Nasional 2019 (1st ed.). BAZNAS.
- Al-Hakim, L. (2007). Information Quality Management: Theory and Applications. Idea Group Publishing.
- Atmoko, B. D. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Media Kita.
- Berkowski, G. (2016). How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari Pengusaha Aplikasi Plaing Sukses di Dunia. Gemilang.
- Badan Amil Zakat Nasional (@baznasindonesia) | Instagram. (2023). Retrieved July 4, 2023, from <https://www.instagram.com/baznasindonesia/?hl=id>
- Badan Amil Zakat Nasional (@baznasindonesia) • Instagram photos and videos. (2023). Retrieved from <https://www.instagram.com/baznasindonesia/>
- Dompot Dhuafa . Perbedaan Zakat, Infak, dan Sedekah. (2020, November 15). Retrieved from <https://www.dompetdhuafa.org/perbedaan-zakat-infak-sedekah/>
- Indonesia. (2011). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Sekretariat Negara.
- Irawan, P. (2004). Logika dan Prosedur Penelitian: Pengantar Teori dan Panduan Praktis Penelitian Sosial bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula. STIA LAN.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (Cet. 4). Jakarta: Indeks.
- Lubis, S. A. S. (2019). Pemanfaatan Dana Zakat Bagi Pembaerdayaan Ekonomi Umat (Analisis Fatwa Mui Tahun 1982). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 309–320. <https://doi.org/10.30596/aghniya.v1i2.3226>
- McLeod, Jr., R. & Schell, G. (2004). Sistem Informasi Manajemen (8th ed.; Agus Widyanoro, Ed.; Hendra Teguh, Trans.). Bhuana Ilmu Populer.
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas Smau Ct Foundation Sebagai Media Informasi dan Publikasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 147-160.
- Sugiyono. (2006). Teknik Penelitian. Yogyakarta: Pines.
- Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an. (2015). Al-Qur'an dan Terjemahannya (Cet. 1). Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.