BAZNAS
Badan Amil Zakat Nasional
PROVINSI SUMATERA UTARA

Dr. H. Azrai Harahap, M.A. I Prof. Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, M.A. I Dr. Elfiyanti Ritonga, M.A.

TRUST IN THE ALGORITHM OF FAITH

Membangun Kepercayaan Publik BAZNAS Sumatera Utara di Era Disrupsi Digital Melalui Islamic Integrative Communication



TRUST IN THE ALGORITHM OF FAITH

Membangun Kepercayaan Publik BAZNAS Sumatera Utara
di Era Disrupsi Digital Melalui Islamic Integrative Communication

Dr. H. Azrai Harahap, M.A.
Prof. Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, M.A.
Dr. Elfiyanti Ritonga, M.A.

Penerbit Widina

***TRUST IN THE ALGORITHM OF FAITH*:**
Membangun Kepercayaan Publik BAZNAS Sumatera Utara di Era Disrupsi Digital Melalui *Islamic Integrative Communication*

Penulis:
Dr. H. Azrai Harahap, M.A.
Prof. Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, M.A.
Dr. Elfiyanti Ritonga, M.A.

Desain Cover:
Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Dr. Bustami, S.IP., M.Sos.

ISBN:
978-634-317-051-8

Cetakan Pertama:
Juli, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR
KETUA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL PROVINSI SUMATERA UTARA

Bismillāhirraḥmānirraḥīm.

Puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, buku yang berjudul *Trust in the Algorithm of Faith: Membangun Kepercayaan Publik BAZNAS Sumatera Utara di Era Disrupsi Digital Melalui Islamic Integrative Communication* ini dapat hadir di tengah pembaca. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, teladan utama dalam membangun komunikasi yang jujur, amanah, dan penuh hikmah.

Sebagai Ketua BAZNAS Provinsi Sumatera Utara, saya menyambut baik dan menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya atas terbitnya buku ini. Kehadirannya datang pada waktu yang tepat, di tengah tantangan besar yang dihadapi lembaga pengelola zakat di seluruh Indonesia, termasuk BAZNAS Sumatera Utara: bagaimana menjembatani kesenjangan antara potensi zakat yang begitu besar dengan realisasi penghimpunan yang masih jauh dari optimal. Data menunjukkan potensi zakat nasional mencapai kurang lebih Rp327 triliun per tahun, sementara di Sumatera Utara sendiri masih terdapat kesenjangan hampir 30 persen antara potensi dan realisasi. Kesenjangan ini, sebagaimana ditegaskan dalam buku ini, pada akarnya bukan semata soal pemahaman kewajiban berzakat, melainkan soal kepercayaan publik.

BAZNAS Sumatera Utara meyakini bahwa amanah pengelolaan zakat, infak, dan sedekah hanya dapat dijaga apabila diiringi dengan tata kelola yang transparan, akuntabel, dan profesional, serta komunikasi yang terbuka kepada muzakki, mustahik, dan masyarakat luas. Prinsip inilah yang selama ini menjadi pijakan kami dalam menjalankan lima program prioritas, yaitu Sumut Taqwa, Sumut Peduli, Sumut Sehat, Sumut Cerdas, dan Sumut Makmur, sebagai wujud nyata kehadiran zakat di tengah kehidupan umat.

Buku ini memberikan kontribusi yang berarti karena mengangkat komunikasi sebagai variabel strategis yang selama ini belum banyak mendapat perhatian dalam kajian pengelolaan zakat, yang umumnya lebih berfokus pada aspek fikih dan manajemen keuangan. Melalui gagasan *Islamic Integrative Communication Model* yang dikonstruksi berdasarkan kajian mendalam terhadap praktik komunikasi BAZNAS Sumatera Utara, para penulis menawarkan perspektif baru yang memadukan kearifan

komunikasi Islam dengan pendekatan komunikasi kontemporer di era *Society* 5.0. Saya berharap model ini dapat menjadi salah satu rujukan bagi BAZNAS Sumatera Utara dan lembaga zakat lainnya dalam merancang strategi komunikasi yang lebih dialogis, partisipatif, dan berorientasi pada penguatan kepercayaan publik.

Atas nama pimpinan dan seluruh jajaran BAZNAS Provinsi Sumatera Utara, saya menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada Dr. H. Azrai Harahap, M.A., Prof. Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, M.A., dan Dr. Elfiyanti Ritonga, M.A., yang telah mencurahkan waktu, pemikiran, dan kesungguhan dalam menyusun karya ini. Terima kasih pula kepada para akademisi, praktisi zakat, muzakki, dan mustahik yang telah berbagi pengalaman dan pandangan sehingga buku ini dapat tersusun secara utuh dan berbasis data lapangan.

Semoga buku ini bermanfaat luas bagi akademisi, praktisi, pengambil kebijakan, dan masyarakat umum, serta menjadi ikhtiar bersama dalam membangun ekosistem filantropi Islam yang semakin transparan, akuntabel, dan dipercaya masyarakat, sehingga zakat benar-benar dapat menjalankan fungsinya sebagai instrumen keadilan sosial dan kebangkitan ekonomi umat.

Semoga Allah SWT senantiasa meridhai setiap langkah dan ikhtiar kita dalam memuliakan zakat sebagai amanah umat. Āmīn yā Rabbal ‘Ālamīn.
Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Medan, Juli 2026
Ketua BAZNAS Provinsi Sumatera Utara

Prof. Dr. H. Mohammad Hatta

KATA PENGANTAR PENULIS

Bismillāhirraḥmānirraḥīm.

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya, sehingga buku ini dapat hadir ke tangan para pembaca. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan agung dalam komunikasi yang jujur, empatik, dan penuh hikmah model komunikasi yang justru kini semakin relevan di tengah deru era digital yang tak kenal henti.

Buku ini lahir dari kegelisahan intelektual yang mendalam. Di satu sisi, Indonesia adalah negara dengan potensi zakat terbesar di dunia, mencapai Rp327 triliun per tahun. Di sisi lain, realisasi pengumpulan oleh lembaga resmi masih jauh dari angka tersebut. Di Sumatera Utara, kesenjangan antara potensi dan realisasi masih menyisakan ruang hampir 30 persen yang belum terisi. Pertanyaannya bukan lagi soal kewajiban membayar zakat umat Islam memahaminya dengan baik melainkan soal kepercayaan. Mengapa muzakki lebih memilih menyalurkan zakat secara langsung daripada melalui lembaga formal? Mengapa kepercayaan publik terhadap lembaga filantropi Islam mengalami erosi? Dan yang paling mendasar: model komunikasi seperti apa yang mampu menjembatani jurang kepercayaan itu?

Buku ini hadir sebagai upaya menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Melalui kajian yang panjang dan mendalam terhadap praktik komunikasi BAZNAS Provinsi Sumatera Utara, kami mengonstruksi sebuah model yang kami sebut *Islamic Integrative Communication Model* (IICM). Model ini bukan sekadar konstruksi teoritis yang hidup di menara gading akademik. Ia lahir dari data lapangan, wawancara mendalam, dan refleksi atas dinamika nyata yang dihadapi BAZNAS Sumatera Utara dalam berinteraksi dengan para muzakki, mustahik, dan masyarakat luas di era disrupsi digital. IICM merupakan perpaduan organik antara kearifan komunikasi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, dan tradisi keilmuan Islam dengan pendekatan komunikasi kontemporer seperti *Integrated Marketing Communication* (IMC), interaksi parasosial di media sosial, serta strategi komunikasi dua arah yang dialogis dan partisipatif.

Buku ini disusun dalam dua belas bab yang bergerak secara progresif: dari pemetaan masalah struktural pengelolaan zakat di Sumatera Utara, penelusuran akar krisis kepercayaan publik, kajian model-model komunikasi klasik hingga kontemporer, analisis strategi digital BAZNAS di era *Society 5.0*,

hingga konstruksi model komunikasi integratif sebagai tawaran solusi. Perjalanan membaca buku ini diharapkan bukan sekadar perjalanan intelektual, tetapi juga perjalanan spiritual menyadari bahwa zakat, pada hakikatnya, adalah sistem ekonomi ilahi yang menuntut pengelola manusia yang amanah dan cakap berkomunikasi.

Buku ini turut menawarkan kontribusi teoritis yang kami harapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan komunikasi Islam di Indonesia. Jika selama ini kajian tentang filantropi Islam lebih banyak berfokus pada aspek fiqih dan manajemen keuangan, maka buku ini hadir dengan perspektif komunikasi sebagai variabel strategis yang menentukan keberhasilan atau kegagalan lembaga zakat dalam membangun *public trust*. Kami percaya bahwa krisis kepercayaan bukan semata-mata krisis manajemen, melainkan krisis komunikasi dan oleh karena itu, solusinya pun harus dimulai dari transformasi cara berkomunikasi.

Penyelesaian buku ini tidak terlepas dari dukungan dan kontribusi banyak pihak yang layak mendapat penghargaan setulus-tulusnya. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pimpinan dan seluruh jajaran BAZNAS Provinsi Sumatera Utara, yang telah membuka pintu dengan penuh keterbukaan untuk keperluan buku ini. Kepada para muzakki dan mustahik yang bersedia berbagi pengalaman, perspektif, dan harapan mereka buku ini sesungguhnya adalah milik mereka. Kepada para kolega akademisi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU) dan Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah yang telah memberikan masukan kritis dan konstruktif dalam proses penulisan ini. Kepada editor buku ini, Dr. Bustami, S.IP., M.Sos., yang dengan ketelitian dan dedikasi tinggi telah menyempurnakan naskah ini, kami haturkan penghargaan yang tulus.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Setiap konstruksi ilmiah adalah karya yang terus terbuka untuk dikritisi, diuji, dan disempurnakan. Oleh karena itu, kami dengan rendah hati menyambut setiap kritik dan masukan yang membangun dari para pembaca, khususnya dari kalangan akademisi, praktisi zakat, dan pemangku kebijakan. Semoga buku ini menjadi sumbangan kecil yang bermanfaat bagi upaya besar membangun ekosistem filantropi Islam yang transparan, akuntabel, dan dipercaya ekosistem di mana zakat benar-benar menjalankan fungsi sucinya sebagai instrumen keadilan sosial dan kebangkitan ekonomi umat.

Semoga Allah SWT meridhai setiap ikhtiar yang tertuang dalam buku ini, menjadikannya ilmu yang bermanfaat, dan mengangkat derajat umat melalui pengelolaan zakat yang semakin baik dari hari ke hari. Āmīn yā Rabbal ‘Ālamīn.

Medan, Juli 2026
Para Penulis

Dr. H. Azrai Harahap, M.A.
Prof. Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, M.A.
Dr. Elfiyanti Ritonga, M.A.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR KETUA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL PROVINSI SUMATERA UTARA iii
KATA PENGANTAR PENULIS v
DAFTAR ISI viii
BAB 1 POTENSI ZAKAT DI SUMATERA UTARA 1
A. BAZNAS dan Zakat di Sumatera Utara 1
B. Melihat Faktor Penyebab 8
C. Delineasi Baznas dalam Pengumpulan Zakat 13
BAB 2 MEMAHAMI KOMUNIKASI BAZNAS SUMATERA UTARA 21
A. Model Komunikasi Linear 21
B. Model Komunikasi Interaksional 22
C. Model Komunikasi Transaksional 22
D. Teori Difusi Inovasi 23
E. Teori Komunikasi Organisasi 25
F. Komunikasi Islam dalam Pengumpulan Zakat 27
BAB 3 SEJARAH BAZNAS SUMATERA UTARA 31
A. Profil BAZNAS Provinsi Sumatera Utara 31
B. Sejarah Singkat 31
C. Pimpinan BAZNAS Provinsi Sumatera Utara 32
D. Visi dan Misi 32
E. Lima Program Prioritas 32
F. Kinerja Penghimpunan ZIS 33
G. Kemitraan dan Kolaborasi Strategis 33
H. Jaringan Kelembagaan 34
I. Komitmen Transparansi dan Akuntabilitas 34
BAB 4 KOMUNIKASI ORGANISASI DAN STRATEGI SOSIALISASI 35
A. Model Komunikasi BAZNAS Provinsi Sumatera Utara dalam Membangun Hubungan dengan Para Muzakki 35
BAB 5 MODEL KOMUNIKASI ISLAM-KONTEMPORER 59
A. Integrasi Komunikasi Kontemporer dengan Komunikasi Islam Sehingga Menjadi Model Komunikasi Efektif 59
BAB 6 KONSTRUKSI MODEL KOMUNIKASI INTEGRATIF 87
A. Komunikasi Integratif BAZNAS Sumatera Utara untuk Membangun Kepercayaan Masyarakat dalam Pengumpulan Zakat Secara Nasional dan Regional 87

BAB 7 FILANTROPI ISLAM DI ERA DISRUPSI 117
A. Pemanfaatan Media *Online* Oleh BAZNAS Sumatera Utara Sebagai Strategi Efisiensi dan Akuntabilitas di Era Digital..... 117
B. Strategi Komunikasi *Dual-Path* BAZNAS Provinsi Sumatera Utara dalam Sosialisasi Zakat 119
C. Model Komunikasi *Hybrid* BAZNAS dalam Pengelolaan Zakat 122
D. Orkestrasi Media Komunikasi BAZNAS Provinsi Sumatera Utara . 125
BAB 8 TRANSFORMASI DIGITAL BAZNAS SUMATERA UTARA 129
A. Strategi Digital BAZNAS Provinsi Sumatera Utara dalam Membangun Kepercayaan Muzakki di Era *Society* 5.0..... 129
B. Strategi Facebook dan Instagram BAZNAS Provinsi Sumatera Utara dalam Membangun Kepercayaan dan Pemberdayaan Umat 133
C. Transformasi Pola Interaksi Muzakki dalam Pengelolaan Zakat ... 136
D. Membangun Kepercayaan Publik melalui Komunikasi Dua Arah . 140
BAB 9 TRANSFORMASI KOMUNIKASI BAZNAS DALAM PENGELOLAAN ZAKAT..... 145
A. Transformasi Komunikasi BAZNAS dalam Membangun Kepercayaan Muzakki di Era Digital 145
B. Pola Partisipatif dan Kemitraan BAZNAS Sumut dalam Pengelolaan Zakat Berbasis Media Digital 148
C. Transformasi Komunikasi Dua Arah dalam Pengelolaan Zakat di BAZNAS Provinsi Sumatera Utara..... 151
BAB 10 PARADIGMA BARU PENGELOLAAN ZAKAT BERBASIS DIGITAL ... 155
A. Komunikasi Efektif BAZNAS dalam Pengumpulan Zakat 155
B. Komunikasi Qur'ani sebagai Strategi Filantropi Digital 158
C. Adab dan Strategi Komunikasi dalam Penyaluran Filantropi 160
D. Strategi Komunikasi Digital Filantropi Islam..... 162
E. Dakwah Digital yang Bermartabat..... 165
F. Komunikasi Humanis dalam Pengelolaan Zakat..... 168
BAB 11 KOMUNIKASI DIGITAL DAN AKUNTABILITAS PUBLIK..... 171
A. BAZNAS Sumatera Utara dalam Optimalisasi Pengumpulan Zakat Secara Nasional dan Regional..... 171
B. Ketertarikan Komunikasi Baznas Sumatera Utara..... 187
BAB 12 REFLEKSI DAN REKOMENDASI..... 191
A. Menuju Pengumpulan Zakat yang Humanis..... 191
B. Rekomendasi 194
DAFTAR PUSTAKA 196
PROFIL PENULIS 202
PROFIL EDITOR..... 204

BAB 1

POTENSI ZAKAT DI SUMATERA UTARA

A. BAZNAS DAN ZAKAT DI SUMATERA UTARA

Zakat bukan sekadar ritual ibadah, melainkan instrumen vital ekonomi Islam yang berfungsi sebagai pilar keadilan sosial dan mesin pengentasan kemiskinan. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia berdiri di atas tumpukan potensi ekonomi yang luar biasa. Data Pusat Kajian Strategis BAZNAS memproyeksikan potensi zakat nasional menembus angka Rp327 triliun per tahun. Namun, realita di lapangan berbicara lain. Terjadi jurang lebar (gap) antara potensi yang masif dengan realisasi pengumpulan oleh lembaga resmi seperti BAZNAS dan LAZ (Mukhibad *et al*. 2023; Prayetno *et al*. 2023).

Ketidakmampuan lembaga formal dalam menyerap potensi ini bukan sekadar masalah administratif, melainkan isu fundamental mengenai kepercayaan publik (*public trust*) (Sargeant *and* Lee 2004). Kepercayaan adalah napas bagi lembaga filantropi. Saat ini, para *muzakki* (pembayar zakat) kerap dihantui keraguan atas transparansi dan akuntabilitas lembaga, yang diperburuk oleh beberapa kasus penyalahgunaan dana kemanusiaan yang viral dalam beberapa tahun terakhir seperti yang terjadi mantan presiden Yayasan Aksi Cepat Tanggap (ACT) dugaan penyelewengan dana masyarakat oleh lembaga filantropi ACT kembali menyoroti perlunya penguatan fungsi pengawasan pemerintah terhadap aktivitas lembaga-lembaga yang mengumpulkan dana dari masyarakat (BBC Indonesia 2022). Meskipun demikian, di luar konteks kewenangan pemerintah, asosiasi yang menaungi lembaga filantropi di Indonesia belum memiliki dewan kode etik untuk mengawasi perilaku pengurus lembaga filantropi. Dugaan penyelewengan dana masyarakat oleh lembaga kemanusiaan ACT yang diduga digunakan untuk kepentingan pribadi muncul ke permukaan, setelah majalah TEMPO mengungkapnya dalam laporan utamanya pekan ini. Akibatnya, muncul tren *muzakki* lebih memilih menyalurkan zakat secara langsung kepada *mustahik* atau melalui saluran informal. Meski sah secara

BAB 2

MEMAHAMI KOMUNIKASI BAZNAS SUMATERA UTARA

A. MODEL KOMUNIKASI LINEAR

Model komunikasi merupakan representasi visual atau teoritis dari proses komunikasi antar manusia. Model ini berfungsi untuk menyederhanakan fenomena kompleks agar lebih mudah untuk dianalisis. Model ini memandang komunikasi sebagai suatu proses pengiriman pesan dari sumber kepada penerima. Fokus utamanya adalah pada cara pesan dapat dikirim dengan efektif (Hart 1967; Kholil 2004; Nickols 2017).

a. Model Aristoteles

   Ini merupakan model komunikasi yang paling tua (sekitar 300 SM). Aristoteles menekankan pentingnya peran pembicara (*speaker*) dan argumen (*speech*) dalam mempengaruhi pendengar (*occasion/ audience*). Fokus utamanya adalah pada retorika dan persuasi publik.

b. Model Lasswell

   Harold Lasswell mengembangkan model ini melalui serangkaian pertanyaan yang terkenal: "Siapa yang mengatakan apa melalui saluran mana kepada siapa dengan efek apa?" Ini merupakan analisis terhadap isi dan dampak media massa. Namun, model ini belum mempertimbangkan adanya gangguan (*noise*) atau umpan balik (Lasswell 1971).

c. Model Shannon dan *Weaver*

   Sering kali dikenal sebagai ibu dari semua model, model ini pada awalnya dirancang untuk teknologi telepon di Bell *Laboratories*. Model ini memperkenalkan konsep *Noise* (gangguan) yang dapat mendistorsi pesan selama proses pengiriman. Hal ini menyadarkan kita bahwa pesan yang dikirim tidak selalu sama dengan pesan yang diterima akibat adanya gangguan fisik atau semantik (Weaver 1964).

BAB 3

SEJARAH BAZNAS SUMATERA UTARA

A. PROFIL BAZNAS PROVINSI SUMATERA UTARA

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) adalah lembaga resmi dan satu-satunya yang didirikan oleh pemerintah melalui Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001, yang bertugas dan berfungsi untuk mengumpulkan serta menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) di tingkat nasional. Sebagai perpanjangan tangan dari lembaga nasional tersebut, BAZNAS Provinsi Sumatera Utara hadir sebagai lembaga resmi yang mengelola zakat di tingkat provinsi, yang dibentuk berdasarkan amanat Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, khususnya Pasal 15 ayat 1 yang menyatakan bahwa untuk pelaksanaan pengelolaan zakat di tingkat provinsi dan kabupaten/kota, dibentuk BAZNAS Provinsi dan BAZNAS Kabupaten/Kota. Kantor BAZNAS Provinsi Sumatera Utara terletak di Jl. Rumah Sakit H. No. 47, Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371.

B. SEJARAH SINGKAT

Pengelolaan zakat secara kelembagaan di Sumatera Utara telah berlangsung sejak lama sebelum adanya BAZNAS. Sejarah mencatat bahwa pengelolaan zakat secara formal dimulai dengan Keputusan Bersama Menteri Dalam Negeri dan Menteri Agama Nomor 29 Tahun 1991 serta Nomor 47 Tahun 1991 mengenai pengelolaan zakat, infak, dan sedekah secara nasional hingga ke daerah-daerah, yang dikenal dengan sebutan BAZIS (Badan Amil Zakat, Infak, dan Sedekah). Setelah terbitnya UU No. 23 Tahun 2011, reorganisasi besar-besaran dilakukan, yang mengubah BAZDA menjadi BAZNAS Provinsi Sumatera Utara hingga saat ini.

BAB 4

KOMUNIKASI ORGANISASI DAN STRATEGI SOSIALISASI

A. MODEL KOMUNIKASI BAZNAS PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PARA MUZAKKI

Model komunikasi organisasi yang digunakan oleh BAZNAS Provinsi Sumatera Utara dalam menyebarluaskan zakat produktif dan mempertahankan loyalitas muzakki dapat dianalisis melalui berbagai dimensi strategis. Tujuan utamanya adalah untuk mengubah pandangan tentang zakat dari sekadar bantuan konsumtif menjadi alat pemberdayaan ekonomi. Media yang menjadi prioritas dalam sosialisasi program BAZNAS adalah lebih kepada media *Online* kenapa karena media *online* merupakan media yang dapat mempermudah masyarakat untuk mengakses, dengan media *online* tentu akan lebih efektif dan efisien dalam menjalankan program baik pengumpulan maupun pendistribusian dan pendayagunaan Zakat Infaq dan sedekah dengan media *online* tentu di harapkan dapat. Pertama, mempermudah para muzaki dalam pelayanan Zakat Infak dan sedekah. Kedua, memperkuat kepercayaan masyarakat khusus para muzaki karena adanya transparansi dalam pendistribusian dan pendayagunaan ZIS (Juliyanto 2025).

Penggunaan media *online* oleh BAZNAS menjadi prioritas yang strategis untuk menghadapi tantangan efisiensi dan akuntabilitas di era digital. Media *online* kini tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai ekosistem pelayanan yang terpadu. Media *online* menghilangkan hambatan geografis dan waktu yang selama ini menjadi kendala bagi para muzakki. Muzakki dapat menunaikan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) kapan saja tanpa perlu mengunjungi kantor fisik. Media *online* juga memungkinkan integrasi dengan berbagai metode pembayaran digital (QRIS, *mobile banking, e-wallet*), yang secara langsung mempermudah proses transaksi. Bagi organisasi, sistem *online* ini mengurangi biaya cetak

BAB 5

MODEL KOMUNIKASI ISLAM-KONTEMPORER

A. INTEGRASI KOMUNIKASI KONTEMPORER DENGAN KOMUNIKASI ISLAM SEHINGGA MENJADI MODEL KOMUNIKASI EFEKTIF

Mengintegrasikan teori komunikasi kontemporer dengan prinsip komunikasi Islam bukan hanya sekadar menggabungkan dua hal yang berbeda, tetapi juga melakukan spiritualisasi terhadap teori sekuler dan kontekstualisasi terhadap nilai-nilai wahyu. Dalam teori kontemporer (*social exchange theory*), komunikasi sering kali bersifat transaksional, di mana saya memberi agar saya menerima. Namun, dalam model Islam, komunikasi bersifat trinitas hubungan: pertama, *hablun minallah*, komunikasi sebagai bentuk ibadah dan pertanggungjawaban kepada Tuhan. Kedua, *hablun minannas*, komunikasi sebagai alat untuk membangun harmoni sosial. Ketiga, *hablun ma'al alam*, komunikasi yang menjaga keseimbangan lingkungan. Integrasi ini menghasilkan model *komunikasi wasathiyah* (*moderat*), di mana efektivitas tidak hanya diukur dari tercapainya tujuan pengirim (persuasif), tetapi juga dari terjaganya martabat manusia dan ridha Ilahi. Komunikasi dianggap efektif jika ia benar secara data (*siddiq*), santun dalam penyampaian (*ma'ruf*), dan membawa dampak perbaikan (*ishlah*).

Cara yang dilakukan yaitu dengan menggunakan tata bahasa yang santun, menjaga kehormatan mustahik menjaga tata busana yang sopan dan menegaskan penyaluran sudah tepat sasaran (M. Y. Hasibuan 2025). Sering kali, perhatian kita teralihkan hanya pada angka-angka statistik: berapa banyak paket yang didistribusikan atau berapa miliar dana yang telah terserap. Namun, kita sering kali melupakan instrumen terpenting dalam proses tersebut, yaitu martabat manusia. Dalam ekosistem filantropi, mustahik bukanlah objek penderita, melainkan subjek yang harus dihormati. Oleh karena itu, penerapan tata krama yang menyeluruh bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kewajiban moral. Segala sesuatu bermula dari lisan. Menggunakan bahasa yang sopan adalah kunci untuk membuka pintu

BAB 6

KONSTRUKSI MODEL KOMUNIKASI INTEGRATIF

A. KOMUNIKASI INTEGRATIF BAZNAS SUMATERA UTARA UNTUK MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT DALAM PENGUMPULAN ZAKAT SECARA NASIONAL DAN REGIONAL

Membangun kepercayaan masyarakat (*public trust*) adalah dasar yang sangat penting dalam meningkatkan efektivitas pengumpulan zakat. Bagi BAZNAS Sumatera Utara, tantangan yang dihadapi adalah menggabungkan nilai-nilai lokal, transparansi digital, dan pesan teologis ke dalam satu kerangka kerja yang kokoh. Dengan memadukan teknologi digital dan transparansi dalam tata kelola yang dilaporkan secara berkala, BAZNAS Sumatera Utara dapat bertransformasi dari sekadar lembaga pengumpul menjadi mitra strategis masyarakat dalam pembangunan daerah.

Untuk meningkatkan kepercayaan muzakki, fitur paling krusial adalah kombinasi yang terdiri dari transparansi *real-time*, laporan personal berbasis dampak, bukti visual dan *storytelling*, interaksi dua arah yang responsif, audit dan legitimasi formal. Dalam arti *trust* dibangun dari keterbukaan data, kedekatan dibangun dari komunikasi personal, loyalitas dibangun dari bukti dampak nyata (Surya Putra 2025). Dalam konteks pengelolaan dana sosial keagamaan di Sumatera Utara, sebuah paradigma baru sedang berkembang. Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) kini tidak hanya sekadar masalah administratif yang melibatkan pemindahan dana dari muzakki ke mustahik. Lebih dari itu, ini merupakan upaya besar dalam membangun ekosistem kepercayaan. Kepercayaan bukanlah sesuatu yang diberikan secara gratis; ia merupakan struktur yang dibangun dari bata demi bata transparansi, semen kedekatan personal, dan atap bukti dampak yang nyata. Berdasarkan refleksi mendalam tentang dinamika komunikasi organisasi di BAZNAS Provinsi Sumatera Utara, ditemukan sebuah formula penting yang menjadi dasar utama dalam menjaga loyalitas muzakki.

BAB 7

FILANTROPI ISLAM DI ERA DISRUPSI

A. PEMANFAATAN MEDIA *ONLINE* OLEH BAZNAS SUMATERA UTARA SEBAGAI STRATEGI EFISIENSI DAN AKUNTABILITAS DI ERA DIGITAL

Transformasi digital telah mengubah lanskap pengelolaan zakat secara fundamental, khususnya bagi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai lembaga resmi negara yang diamanatkan untuk menghimpun dan mendistribusikan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Penggunaan media *online* kini bukan lagi pilihan, melainkan sebuah keniscayaan strategis yang harus dihadapi secara serius. Sebagaimana dikemukakan oleh Nasrullah (2015), media *online* merupakan medium berbasis teknologi internet yang tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai ekosistem layanan yang menghubungkan berbagai pihak secara terpadu dan *real-time*. Dalam konteks BAZNAS, hal ini berarti transformasi menyeluruh dari sistem manual konvensional menuju *platform* digital yang responsif terhadap kebutuhan muzakki (pembayar zakat) dan mustahik (penerima zakat).

Salah satu keunggulan utama media *online* bagi BAZNAS adalah kemampuannya dalam menghilangkan hambatan geografis dan temporal. Dalam kajian Firdaus *et al*. (2012), ditemukan bahwa salah satu faktor rendahnya penghimpunan zakat di lembaga resmi adalah ketidakpraktisan sistem pembayaran yang mengharuskan muzakki hadir secara langsung. Melalui *platform* digital, muzakki dapat menunaikan kewajibannya kapan saja dan di mana saja tanpa perlu mengunjungi kantor fisik BAZNAS. Lebih dari itu, integrasi dengan berbagai metode pembayaran digital seperti QRIS, *mobile banking*, dan *e-wallet* telah memperluas jangkauan layanan secara signifikan. Menurut data Bank Indonesia (2023), transaksi menggunakan QRIS di Indonesia terus meningkat pesat, yang mengindikasikan tingginya kesiapan masyarakat dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital.

BAB 8

TRANSFORMASI DIGITAL BAZNAS SUMATERA UTARA

A. STRATEGI DIGITAL BAZNAS PROVINSI SUMATERA UTARA DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MUZAKKI DI ERA *SOCIETY* 5.0

Revolusi komunikasi digital telah mengubah secara mendasar cara lembaga filantropi Islam berinteraksi dengan konstituennya. Di Indonesia, lembaga zakat menghadapi tantangan unik: harus mampu menjangkau muzakki yang semakin terhubung secara digital, sekaligus mempertahankan dimensi spiritual dan kepercayaan yang menjadi pondasi dari seluruh sistem zakat. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Utara merespons tantangan ini dengan mengadopsi WhatsApp sebagai *platform* komunikasi utama sebuah keputusan yang tampaknya sederhana namun sarat dengan pertimbangan strategis yang mendalam.

Pemilihan WhatsApp bukan merupakan keputusan yang bersifat reaktif atau sekadar mengikuti tren. Sebaliknya, keputusan ini mencerminkan pemahaman mendalam tentang perilaku komunikasi masyarakat Sumatera Utara yang religius namun semakin melek teknologi. Dengan lebih dari 2 miliar pengguna aktif di seluruh dunia dan Indonesia menjadi salah satu negara dengan basis pengguna terbesar (*We Are Social*, 2024). WhatsApp telah bertransformasi dari aplikasi pesan pribadi menjadi infrastruktur komunikasi sosial yang memungkinkan interaksi yang cepat, personal, dan ekonomis. Narasi pembahasan ini akan melihat tiga dimensi utama penggunaan WhatsApp oleh BAZNAS Sumut: efisiensi operasional, pembangunan kedekatan emosional, dan transparansi akuntabilitas, serta relevansinya dalam konteks pengelolaan zakat di era *Society* 5.0.

Salah satu temuan paling signifikan dari hasil wawancara dengan BAZNAS Sumut adalah bahwa WhatsApp dianggap jauh lebih efisien dibandingkan media komunikasi konvensional seperti telepon kantor atau

BAB 9

TRANSFORMASI KOMUNIKASI BAZNAS DALAM PENGELOLAAN ZAKAT

A. TRANSFORMASI KOMUNIKASI BAZNAS DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MUZAKKI DI ERA DIGITAL

Pergeseran paradigma komunikasi kelembagaan zakat, khususnya yang terjadi di BAZNAS Provinsi Sumatera Utara, merupakan fenomena yang layak dikaji secara mendalam dalam perspektif komunikasi organisasi. Transformasi ini bukan sekadar adaptasi teknologi, melainkan rekonstruksi menyeluruh atas cara sebuah lembaga filantropi Islam membangun relasi dengan para pemangku kepentingannya. Dalam kerangka teori komunikasi organisasi, perubahan ini merepresentasikan pergeseran dari model komunikasi linier-transmisional menuju model komunikasi simetris dua arah yang lebih dialogis dan partisipatif.

Selama bertahun-tahun, lembaga amil zakat beroperasi dalam kerangka komunikasi satu arah yang bersifat instruksional. Pesan-pesan persuasif disebarkan melalui media konvensional seperti baliho, iklan cetak, dan siaran radio dengan tujuan tunggal: mendorong masyarakat untuk membayar zakat. Model ini merujuk pada apa yang Laswell (1948) rumuskan sebagai paradigma komunikasi linear, yakni "*who says what in which channel to whom with what effect*." Dalam konteks ini, lembaga zakat berposisi sebagai *sender* yang dominan, sementara muzakki hanya berperan sebagai *receiver* yang pasif.

Keterbatasan model ini sangat nyata. Menurut Rogers dan Kincaid (1981) dalam teori *Convergence Communication*, komunikasi yang efektif bukanlah proses transmisi pesan semata, melainkan proses penciptaan dan berbagi informasi secara *mutual* untuk mencapai saling pengertian. Ketika BAZNAS hanya memancarkan pesan tanpa membuka ruang dialog, maka yang terjadi adalah komunikasi yang timpang secara epistemologis. Muzakki tidak mendapatkan informasi yang cukup untuk membuat

BAB 10

PARADIGMA BARU PENGELOLAAN ZAKAT BERBASIS DIGITAL

A. KOMUNIKASI EFEKTIF BAZNAS DALAM PENGUMPULAN ZAKAT

Filantropi sejatinya bukan hanya sekadar masalah angka dan statistik. Ia merupakan sebuah seni sosial yang memerlukan kehalusan budi, kepekaan nurani, serta komitmen terhadap nilai-nilai kemanusiaan yang paling mendasar. Dalam diskursus pemberdayaan sosial kontemporer, pembahasan mengenai etika dalam penyaluran bantuan semakin menemukan urgensinya, terutama ketika praktik filantropi sering terjebak dalam logika kuantitas semata: seberapa besar dana yang disalurkan, seberapa banyak paket yang didistribusikan. Namun, jauh di balik angka-angka tersebut, terdapat dimensi yang jauh lebih mendasar, yaitu martabat manusia sebagai penerima. Titik tolak dari seluruh gagasan ini adalah pergeseran paradigma: mustahik, yaitu mereka yang berhak menerima bantuan, bukanlah objek belas kasihan, melainkan subjek yang memiliki kedaulatan atas dirinya sendiri. Pandangan ini sejalan dengan pemikiran Amartya Sen dalam karyanya *Development as Freedom* (1999), yang menegaskan bahwa pembangunan sejati bukan hanya peningkatan pendapatan material, melainkan perluasan kebebasan dan kapabilitas manusia. Ketika filantropi dilakukan dengan cara yang merendahkan, ia justru bertentangan dengan tujuannya sendiri: alih-alih membebaskan, ia malah menciptakan ketergantungan dan trauma psikologis baru. Dalam konteks Islam, prinsip ini memiliki landasan teologis yang kuat. Imam al-Ghazali dalam *Ihya' 'Ulumuddin* menjelaskan bahwa sedekah yang sempurna adalah sedekah yang mampu menjaga martabat penerima, tidak membuatnya merasa malu atau terhina. Bahkan Al-Qur'an secara eksplisit dalam Surah Al-Baqarah ayat 264 memperingatkan agar tidak mengiringi pemberian dengan menyebut-nyebut kebaikan (*al-mann*) dan menyakiti perasaan (*al-adza*) penerima.

BAB 11

KOMUNIKASI DIGITAL DAN AKUNTABILITAS PUBLIK

A. BAZNAS SUMATERA UTARA DALAM OPTIMALISASI PENGUMPULAN ZAKAT SECARA NASIONAL DAN REGIONAL

Pengelolaan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) pada era modern tidak dapat dipahami hanya sebagai kegiatan filantropi yang didasarkan pada kewajiban teologis. Lebih dari itu, ZIS merupakan sebuah sistem pengelolaan sosial-ekonomi yang memerlukan fondasi kepercayaan publik yang kuat. Di Sumatera Utara, BAZNAS Provinsi sedang mengembangkan paradigma baru dalam komunikasi organisasi yang menempatkan kepercayaan muzakki sebagai aset utama yang harus dikelola secara sistematis dan berkelanjutan. Paradigma ini sejalan dengan pandangan Putnam (1993) yang menyatakan bahwa modal sosial, termasuk kepercayaan antar lembaga, adalah prasyarat untuk keberhasilan pengelolaan sumber daya kolektif dalam masyarakat. Dengan kata lain, zakat bukan hanya berkaitan dengan distribusi material, tetapi juga tentang bagaimana kepercayaan dibangun, dipelihara, dan diperkuat melalui komunikasi yang terstruktur dan bermakna.

Elemen pertama yang menjadi pilar utama dari model ini adalah transparansi *real-time* melalui *platform* digital. Dalam konteks ini, penting untuk merujuk pada teori akuntabilitas publik yang dikembangkan oleh Mulgan (2000), yang menekankan bahwa akuntabilitas sejati tidak hanya berkaitan dengan pelaporan setelah fakta, tetapi juga tentang keterbukaan yang bersifat berkelanjutan dan dapat diakses oleh pemangku kepentingan kapan saja. Ketika muzakki melakukan transfer zakat melalui saluran digital, mereka tidak hanya memenuhi kewajiban religius; mereka juga membangun hubungan kepercayaan dengan lembaga pengelola. *Dashboard* publik yang menunjukkan aliran penghimpunan dan distribusi dana secara harian merupakan manifestasi nyata dari prinsip *open*

BAB 12

REFLEKSI DAN REKOMENDASI

A. MENUJU PENGUMPULAN ZAKAT YANG HUMANIS

Berdasarkan hasil buku dan diskusi yang telah dijelaskan secara rinci mengenai model komunikasi BAZNAS Provinsi Sumatera Utara dalam membangun kepercayaan masyarakat untuk mengoptimalkan pengumpulan zakat.

Pertama, model komunikasi organisasi BAZNAS Provinsi Sumatera Utara dalam Mensosialisasikan Program Zakat Produktif dan Membangun Hubungan dengan Para Muzakki. Buku ini menunjukkan bahwa model komunikasi organisasi yang diterapkan oleh BAZNAS Provinsi Sumatera Utara telah mengalami perubahan signifikan dari pola komunikasi satu arah yang bersifat instruksional menjadi model komunikasi *hybrid* dua arah yang lebih dialogis, partisipatif, dan responsif terhadap keragaman sosial-geografis masyarakat Sumatera Utara. Secara operasional, model ini terwujud dalam tiga lapisan komunikasi yang saling melengkapi. Pertama, lapisan digital yang menjadikan media *online* sebagai infrastruktur utama, mencakup *platform* media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp), situs web resmi, dan sistem notifikasi digital. Lapisan ini memenuhi kebutuhan aksesibilitas muzakki urban dan generasi muda yang menginginkan kemudahan layanan, kecepatan konfirmasi, dan transparansi data secara *real-time*. Kedua, lapisan komunitas yang mempertahankan komunikasi tatap muka melalui mimbar masjid, forum Unit Pengumpul Zakat (UPZ), seminar, dan kunjungan lapangan. Lapisan ini memenuhi kebutuhan masyarakat pedesaan, generasi lansia, dan kelompok yang lebih mempercayai otoritas keagamaan serta komunikasi interpersonal langsung. Ketiga, lapisan kemitraan yang melibatkan muzakki secara aktif dalam proses pemantauan dan distribusi zakat, mengubah posisi muzakki dari donatur pasif menjadi mitra strategis yang memiliki rasa kepemilikan terhadap program BAZNAS. Pola komunikasi yang berkembang di BAZNAS Provinsi Sumatera Utara saat ini juga mencerminkan penerapan konsep

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, Ahmad Sudirman. 2017. *Zakat Ketentuan Dan Pengelolaannya*. Jawa Barat: CV. Anungrah Berkah Sentosa.

Afriansyah, Syafran, and Nurmalina Nurmalina. 2025. "Strategic Innovation in Waqf Management: A Case Study of Muhammadiyah Association in Palembang City." *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 12(1):37. doi: 10.21043/ziswaf.v12i1.28984.

Ahmad Baehaqi, Anis Chariri, and Tri Jatmiko Wahyu Prabowo. 2025. "The Governance of Zakat Institutions: A Meta-Narrative Review." *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan* 15(2):396–414. doi: 10.22219/jrak.v15i2.39656.

Al-Qaradawi, Yusuf. 1999. *Fiqh Al Zakah: A Comparative Study of Zakah, Regulations and Philosophy in the Light of Quran and Sunnah*. Beirut: Muassasah al-Risalah.

Alister Miskimmon, Ben O'Loughlin, Laura Roselle. 2013. *Strategic Narratives Communication Power and the New World Order*. New York and London: Routladge Taylor & Francis Group.

Amalia, Euis. 2019. "Good Governance for Zakat Institutions in Indonesia: A Confirmatory Factor Analysis." *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities* 27(3):1815–27.

And, DENIS McQUAIL, and SVEN WINDAHL. 1993. *Communication Models*. London and New York: Routladge Taylor & Francis Group.

Arifin, Zainal. 2021. *Pengantar Komunikasi Islam*. Medan: Duta Azhar.

BAZNAS. 2023. *Laporan Pengelolaan Zakat Nasional*. Jakarta: BAZNAS.

BBC Indonesia. 2022. "Ahyudin Pendiri ACT Divonis 3,5 Tahun Penjara, Gelapkan Dana Bantuan Korban Lion Air JT-610." *Https://Www.Bbc.Com/Indonesia/Indonesia-62046881*, https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-62046881.

BPS. 2023. *Profil Kemiskinan Provinsi Sumatera Utara Maret 2023*. Sumatera Barat: BPS Sumatera Utara.

Cahyani, Utari Evy, Dia Purnama Sari, and Ahmad Afandi. 2022. "Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat." *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 9(1):1. doi: 10.21043/ziswaf.v9i1.13330.

Cangara, Hafied. 2020. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Cheney, George, Lars Christensen, Theodore E. Zorn, and Shiv Ganesh. 2011. *Organizational Communication in an Age of Globalization Second Edition*. Long Grove IL: Waveland Press, Inc.

Creswell, John W. 2018a. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE *Public*ations, Inc.

Creswell, John W. 2018b. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. London: SAGE *Public*ations Asia-Pacific Pte. Ltd.

Denzin, Norman K. 2018. *The SAGE Handbook of Qualitative Research Fifth Edition*. London: Sage.

Dweck, Carol S. 2019. *The New Psychology of Success*. New York: Random House Publishing Group.

Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT.REMAJA ROSDAKARYA.

Faisal, Yusuf, and Egi Gumala Sari. 2025. "Muzakki's Decision to Pay Zakat Reviewed from Maqashid Syariah, Social Environment and Zakat Knowledge." *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 12(1):55. doi: 10.21043/ziswaf.v12i1.26048.

Greenhalgh, Trisha. 2007. *Diffusion of Innovations in Health Service Organisations*. Blackwell Publishing.

Hadi, Nizar Hosfaikoni, Sri Herianingrum, Ari Prasetyo, Atina Shofawati, and Mohammad Ghamri. 2025. "Corporate Social Responsibility and *Islamic* Microfinance Integration for Productive Waqf in Indonesia: A Conceptual Study." *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 12(1):16. doi: 10.21043/ziswaf.v12i1.27397.

Hart, B. H. Liddell. 1967. *Strategy*. Amerika Serikat: Basic Book.

Hasful Huznain. 2025. "Wawancara Dengan Bapak Drs. H. Hasful Huznain, SH, Selaku Wakil Ketua II Bid. Pendistribusian BAZNAS Kab. Serdang Bedagai." *Wawancara Dengan Bapak Drs. H. Hasful Huznain, SH, Selaku Wakil Ketua II Bid. Pendistribusian BAZNAS Kab. Serdang Bedagai*.

Hasibuan, Muhammad Yusuf. 2025. "Wawancara Dengan Bapak Muhammad Yusuf Hasibuan, S. Fil, I. SH, Selaku Ketua Baznas Kabupaten Labuhanbatu Selatan." *Wawancara Dengan Bapak Muhammad Yusuf Hasibuan, S. Fil, I. SH, Selaku Ketua Baznas Kabupaten Labuhanbatu Selatan*.

Hasibuan, Syahfari. 2025. "Wawancara Dengan Bapak H. Syahfari Hasibuan, SP, Selaku Ketua Baznas Kabupaten Tapanuli Tengah." *Wawancara Dengan Bapak H. Syahfari Hasibuan, SP, Selaku Ketua Baznas Kabupaten Tapanuli Tengah*.

Hefni, Harjani. 2014. *Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam*. Bandung: Mizan Publika.

Iin Mutmain. 2020. *Fikih Zakat*. Sulewesi Selatan: Dirah.

Ismail, Ahmad Satori. 2018. *Fikih Zakat Kontekstual Indonesia*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional.

Ivankova, Vicki L. Plano Clark And Nataliya V. 2020. *Qualitative Comparative Analysis in Mixed Methods Research and Evaluation*. London and New York: Sage *Public*ations.

Juliyanto. 2025. "Wawancara Dengan Bapak Juliyanto, S.Ag Selaku Wakil Ketua I BAZNAS Kabupaten Labuhanhan Utara." *Wawancara Penulis Dengan Bapak Juliyanto, S.Ag Selaku Wakil Ketua I BAZNAS Kabupaten Labuhanhan Utara*.

Kholil, Syukur. 2004. *"Komunikasi Dalam Perspektif Islam" Dalam Hasan Asari & Amroeni Drajat (Ed), Antologi Kajian Islam*. Bandung: Cita Pusaka Media.

King, Gary. 2019. *Designing Social Inquiry Scientific Inference In Qualitative Research*. New Jersey: Princeton University Press.

Ladiku, Hamdan, Akhmad Roja Badrus Zaman, and Andi Inar Sahabat. 2025. "Zakat and the Sustainable Development Goals: Fostering Socio-Economic Synergy in Gorontalo Regency." *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf* 12(2):141. doi: 10.21043/ziswaf.v12i2.31425.

Lasswell, Harold D. 1971. "The Structure and Function of *Communication* in *Society*." in *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

Leavy, Patricia. 2017. *Research Design Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. London and New York: The Guilford Press.

Mahirani, Aisha Rizqi, and Lisa Listiana. 2025. "Preferences of Waqf Projects among Indonesians." *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 12(1):1. doi: 10.21043/ziswaf.v12i1.28548.

Matthew B. Milees, A. Michael Huberman, Johnny Saldana. 2017. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. London and New York: Sage *Public*ations.

Medan, Baznas Kota. 2023. "BAZNAS Kota Medan Paparkan Program Pemberdayaan Ekonomi Produktif Di Kantor BI Sumatera Utara-BAZNAS." *Baznas Kota Medan*.

Melkote, Srinivas Raj, and H. Leslie Steeves. 2015. *Communication for Development. Theory and Practice for Empowerment and Social Justice*. London: SAGE *Public*ations.

Mongkito, Abdul Wahid, Trisno Wardy Putra, Alwahidin Alwahidin, Kaisar Lahiya Sikki, and Mohammad Rais. 2025. "Integrating Waqf and Blue Economy for Sustainable Development in Indonesia: An Analytic Network Process (ANP) Approach." *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf* 12(2):158. doi: 10.21043/ziswaf.v12i2.31744.

Mowlana, Hamid. 1997. *GLOBAL INFORMATION AND WORLD COMMUNICATION*. London: Sage *Public*ations Ltd.

Mukhibad, Hasan, Doddy Setiawan, Y. Anni Aryani, and Falikhatun. 2023. "Analysis of Muzakki Intention in Paying Zakat Using Electronic Zakat Payment System." Pp. 274–81 in Vol. 1. Atlantis Press International BV.

Mulyana, Deddy. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT REMAJA ROSDA KARYA.

Muslichah, Muslichah, Mohamed Sharif Bashir, and Tutik Arniati. 2024. "The Effect of Board Governance on Business Zakat Compliance with *Trust* and Transparency as Intervening Variable." *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 11(2):164. doi: 10.21043/ziswaf.v11i2.28575.

Naz'aina. 2015. "The Effect of Internal Control System and Amil Competence on the Financial Reporting Quality at Zakat Management Institution Active Member of Zakat Forum in Special Capital City Region Jakarta and West Java Provinces." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 211:753–60. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.11.100.

Neuman, W. Lawrence. 2014. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. United States of America: Person.

Nickols, Fred. 2017. "Strategy: Definitions and Meaning." *Wikipedia.Blogspot*.

Nurdin, Ridwan. 2022. *Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Mustahiq*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.

Prayetno, Ardi, Tuti Anggraini, Muhammad Syahbudi, Program Studi, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. 2023. "Pengaruh Zakat Terhadap Kesejahteraan Mustahik (Studi Kasus Lazisnu Kota Medan." *Musytari: Neraca …* 2(3). doi: 10.8734/mnmae.v1i2.359.

Putnam, Linda L., and Anne Maydan Nicotera. 2009. *Building Theories of Organization: The Constitutive Role of Communication*. New York and London: Routladge Taylor & Francis Group.

Putri Wahyuning Tyas. 2024. “Analisis Efektivitas Pengelolaan Dana Zakat Produktif Dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan Pada Badan Amil Zakat Nasional(BAZNAS) Kabupaten Tulungagung.” *Jurilma : Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia* 1(1):19–24. doi: 10.69533/v4xga724.

Qardhawi, Yusuf Al-. 2016. *Hukum Zakat: Studi Komparatif Mengenai Status Dan Filsafat Zakat Berdasarkan Quran Dan Hadis (Terjemahan)*. Jakarta: Pustaka Litera Antarnusa.

Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovations, 5th Edition*. Amerika Serikat: Free Press.

Rogers, Everett M. 2017. *DIFFUSION OF INNOVATIONS*. London: Routledge.

Rosadi, Aden. 2019. *Zakat Dan Wakaf Konsep, Regulasi, Dan.* Bandung: Simbiosa Rakatama Media.

Sahroni, Oni. 2020. *Fikih Zakat Kontemporer*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Sargeant, Adrian, and Stephen Lee. 2004. “Donor *Trust* and Relationship Commitment in the U.K. Charity Sector: The Impact on Behavior.” *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 33(2):185–202. doi: 10.1177/0899764004263321.

Servaes, Jan. 2008. *Media Globalization Through Localization*. Los Angeles: SAGE *Public*ations India Pvt Ltd.

Silverman David. 2016. *Qualitative Research*. London: Sage.

Sukisman. 2025. “Wawancara Dengan Bapak H. Sukisman, S. Sos., M.Si. Selaku Ketua BAZNAS Kabupaten Labuhanbatu Utara.” *Wawancara Dengan Bapak H. Sukisman, S. Sos., M.Si. Selaku Ketua BAZNAS Kabupaten Labuhanbatu Utara*.

Sundari Tanjung, Dewi. 2019. “PENGARUH ZAKAT PRODUKTIF BAZNAS KOTA MEDAN TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA DAN KESEJAHTERAAN MUSTAHIK DI KECAMATAN MEDAN TIMUR.” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 4(2):349. doi: 10.30829/ajei.v4i2.5555.

Surya Putra. 2025. “Wawancara Dengan Bapak H. Surya Putra Selaku Ketua BAZNAS Kabupaten Deli Serdang.” *Wawancara Dengan Bapak H. Surya Putra Selaku Ketua BAZNAS Kabupaten Deli Serdang*.

Syamsuri, Syamsuri, Suyoto Arief, Vina Fithriana Wibisono, and Silva Fauziyah. 2024. “Exploring The Potential of Zakat: Yusuf Qardhawi’s Insights for Poverty Alleviation and Economic Growth in Indonesia.” *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 4(2):377–92. doi: 10.37680/ijief.v4i2.6085.

Syovi'ah, Ninik Matus, Wahibur Rokhman, and Murtadho Ridwan. 2024. "CAN TRANSPARENCY AND PROFESSIONALISM MODERATE THE INFLUENCE OF *TRUST* AND ZAKAT LITERACY ON INTEREST IN PAYING ZAKAT AT BAZNAS REMBANG?" *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 11(2):196. doi: 10.21043/ziswaf.v11i2.26122.

Tidd, J. 2010. *Managing the Diffusion of Innovations*. Singapore: Stallion Press.

Weaver, Claude E. Shannon and Warren. 1964. *THE MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION*. Urbana: THE UNIVERSITY OF ILLINOIS PRESS.

West, Richard L. 2021. *Introducing Communication Theory Analysis and Application*. London: Mc Graw Hill Education.

West, Richard, and Lynn H. Turner. 2010. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. London: The McGraw-Hill Companies, Inc.

PROFIL PENULIS

Dr. H. Azrai Harahap, M.A.



Penulis merupakan seorang akademisi dan profesional yang memiliki keahlian dalam bidang komunikasi organisasi, politik, serta pengelolaan zakat. Saat ini, beliau berperan sebagai dosen di Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah, Medan, dan juga menjabat sebagai Wakil Ketua IV Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sumatera Utara. Lahir di Desa Partembalan, Simalungun pada 13 Desember 1976, Azrai aktif mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dengan dinamika komunikasi modern, baik dalam konteks akademik maupun pengabdian masyarakat melalui organisasi Al-Washliyah Sumatera Utara. Riwayat Pendidikan Doktor (S3): Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara (Lulus 2026). Magister (S2): Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sumatera Utara (Lulus 2011). Sarjana (S1): Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sumatera Utara (Lulus 2000). Pendidikan Menengah: MAS Al Washliyah Indrapura & MTsS Al Washliyah Bandar Tinggi. Pengalaman Profesional & Organisasi: Dosen: Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah, Medan. Wakil Ketua IV: BAZNAS Provinsi Sumatera Utara. Wakil Ketua: Pengurus Wilayah Al-Washliyah Sumatera Utara. Karya Tulis & Publikasi Buku Perempuan Dalam Pusaran Kekuasaan: Syariat Islam & Politik Di Aceh (2025). Komunikasi Diplomasi: Negosiasi dan Kekuatan *Soft Power* Dalam Hubungan Internasional (2025). Jurnal Ilmiah Terpilih *Digitization Of Da'wah: Transformation Of Islamic Spirituality In The Contemporary Technology Ecosystem* (2025). *Media and Politics: Identify The New Threat in the South China Sea* (2024). Etika Komunikasi Media Digital di Era *Post-Truth* (2024). Peran Media Sosial dalam Mengedukasi Masyarakat Tentang Zakat: Studi Kasus BAZNAS SUMUT (2024). Membangun Kepercayaan Masyarakat: Strategi Komunikasi Organisasi BAZNAS Sumatera Utara dalam Penghimpunan Zakat (2014). Fokus Buku Isu-isu komunikasi kontemporer, politik internasional, manajemen zakat, dan etika digital di era informasi. Kontak Email: azraiharahap@umnaw.ac.id

Prof. Dr. Ahmad Tamrin Sikumbang, M.A.



Penulis adalah seorang akademisi senior dan ahli komunikasi yang berlokasi di Medan, Sumatera Utara. Saat ini, beliau merupakan salah satu tokoh intelektual yang signifikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara, khususnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Sebagai seorang Guru Besar, beliau dikenal memiliki komitmen yang tinggi dalam pengembangan teori komunikasi yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal. Di luar lingkungan kampus, beliau dikenal sebagai sosok yang aktif memberikan pandangan tentang dinamika sosial di Sumatera Utara. Beliau sering diundang sebagai narasumber dalam forum-forum kebijakan publik, seminar nasional, serta terlibat aktif dalam organisasi kemasyarakatan yang berfokus pada pendidikan dan dakwah. Kontak Email: ahamdtamrin@uinsu.ac.id

Dr. Elfiyanti Ritonga, M.A.



Penulis merupakan seorang akademisi dan peneliti yang memiliki keahlian mendalam dalam bidang studi komunikasi, terutama dalam konteks sosial dan kelembagaan. Sebagai seorang doktor, beliau secara aktif berkontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi melalui pengajaran, buku, serta penulisan karya ilmiah yang relevan dengan dinamika media dan masyarakat modern. Beliau dikenal melalui berbagai publikasi ilmiah yang diterbitkan di jurnal-jurnal baik nasional maupun internasional. Fokus tulisannya sering kali melihat fenomena komunikasi di era digital, etika media, serta efektivitas pesan dalam membangun kepercayaan publik. Sebagai pengajar, Dr. Elfiyanti berkomitmen untuk mencetak generasi praktisi komunikasi yang kompeten dan beretika. Selain itu, beliau juga aktif dalam berbagai forum akademik dan pengabdian masyarakat, memberikan pemikiran strategis untuk solusi komunikasi di berbagai lini institusi. Kontak Email: elfiyanti@uinsu.ac.id

PROFIL EDITOR

Dr. Bustami, S.IP., M.Sos.



Editor lahir di Kabupaten Aceh Utara, tahun 1996. Penulis menempuh pendidikan sarjana Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh Lhokseumawe-Aceh pada tahun 2019. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan magister di jurusan Pemikiran Politik Islam, Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan (UINSU Medan) pada tahun 2022. Pada tahun 2023 penulis melanjutkan sebagai kandidat doktor: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan (UINSU Medan).

Karya tulis yang dipublikasi, yaitu: *Pembangkangan Gerakan Aceh Merdeka dalam Peluncutan Senjata: the undiscussed case* (2020). *Challenges and Changes in Political Behavior of City Community in the Local Elections during Covid-19: Acehnese of Indonesia* (2021). *Perubahan Ekonomi Politik Masyarakat Setelah Pandemi Covid-19* (2022). *Pemikiran Husaini M. Hasan Tentang 'Islamic State of Aceh'* (2023). *Husaini M. Hasan dan Konsep Islamic State dalam Konteks Sosial Politik Aceh* (2023). *Mencegah Konflik di Aceh Strategi Komunikasi untuk Menjembatani TNI dan Eks Kombatan GAM* (2024). *Strategi dan Tantangan Komunikasi Organisasi dalam Membangun Kepercayaan antar Pemangku Kepentingan di Aceh Utara* (2024). *Media and Politics Identify The New Threat in the South China Sea* (2024). *Etika Komunikasi Media Digital di Era Post-Truth* (2024). *Gus dur dan Demokrasi Islam* (editor, 2024). *Perempuan Dalam Pusaran Kekuasaan Syariat Islam & Politik Di Aceh* (2025). *Kapita Selekta Politik Kontemporer* (2025), *Komunikasi Diplomasi, Negosiasi, dan Kekuatan Soft Power dalam Hubungan Internasional* (2025). *Dialog Moral Universal Harmonisasi Pemikiran Habermas, Al-Farabi, Dan Konfusius Dalam Etika Komunikasi Lintas Budaya* (2025). *Digitization Of Da'wah Transformation Of Islamic Spirituality In The Contemporary Technology Ecosystem* (2025). *Social Media Regulation in the Post-Truth Era: Analysis of Dezinformation Handling Policies in Indonesia* (2025). *The Role of Mass Media in Highlighting the Ulama Contributions and Influences in Islamic Economic Activities in Aceh* (tahun 2025). *Ekonomi Politik: Analisis Aceh Historis Dan Aktualis* (editor, 2025). *Komunikasi Islam Progresif Kiprah UIN Ar-Raniry*

dalam Revitalisasi Syariat di Era Post-Truth (editor, 2025). *Komunikasi Nonverbal Dalam Narasi Kenabian Analisis Semiotik Al-Qur'an Dan Relevansinya Dengan Komunikasi Digital Era Modern* (tahun 2025). *Komunikasi Damai: Mengurai Konflik & Merajut Harmoni* (tahun 2025). *Penetapan Arena Pertarungan Calon Anggota DPRD dalam Perspektif Politik Islam* (editor tahun 2025). *Pengabdian Tanpa Henti Kisah Zulham, Polisi Berdedikasi Dengan Pendekatan Kemanusiaan* (tahun 2026). *Digital Policing: Strategi Instagram POLRES TANAH KARO dalam Transformasi Pelayanan Publik* (editor tahun 2026). *Komunikasi Politik Pemerintah dalam Membangun Aceh Islami dan Sejahtera* (tahun 2026). *Tantangan Global Komunikasi Kesehatan (Health Communication In A Globalized World: The Inter-State Challenge)* (tahun 2026). Penulis dapat dihubungi melalui email: bustami@uinsu.ac.id.

TRUST IN THE ALGORITHM OF FAITH

Membangun Kepercayaan Publik BAZNAS Sumatera Utara di Era Disrupsi Digital Melalui Islamic Integrative Communication

Di tengah potensi zakat nasional yang menembus angka Rp327 triliun per tahun, sebuah ironi besar masih membayangi dunia filantropi Islam Indonesia. Realisasi pengumpulan dana umat oleh lembaga resmi nyatanya masih jauh dari angka ideal tersebut. Di Sumatera Utara sendiri, jurang pemisah (*gap*) antara potensi dan realisasi menyisakan ruang kosong hampir 30 persen yang belum terisi.

Pertanyaan mendasarnya bukan lagi tentang pemahaman umat akan kewajiban berzakat, melainkan sebuah isu krusial yang menjadi fondasi utama: Soal Kepercayaan (*Public Trust*). Mengapa para muzakki (pembayar zakat) cenderung memilih menyalurkan zakatnya secara langsung dibandingkan melalui lembaga formal? Mengapa erosi kepercayaan melanda lembaga filantropi Islam, dan model komunikasi seperti apa yang mampu menjembatani jurang keraguan tersebut?.

Buku ini lahir sebagai jawaban atas kegelisahan intelektual dan spiritual tersebut. Mengambil lokus pada dinamika nyata BAZNAS Provinsi Sumatera Utara, buku ini mengonstruksi sebuah terobosan baru bernama *Islamic Integrative Communication Model* (IICM). Model ini bukanlah teori menara gading yang kaku, melainkan sebuah formula organik yang lahir dari data lapangan, wawancara mendalam, dan refleksi atas tantangan nyata era disrupsi digital dan *Society* 5.0.

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

SCANME

Agama

ISBN 978-634-317-051-8

9 786343 170518