

RINGKASAN

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) 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, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. BAZNAS Cabang Banyumas merupakan organisasi yang bergerak di bidang pembangunan ekonomi daerah. Kegiatan yang dilakukan oleh BAZNAS salah satunya yaitu melakukan sosialisasi. Proses komunikasi dalam sosialisasi tersebut memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi dan SDM yang ada di daerah. Komunikasi pembangunan merupakan strategi yang menekankan pada perlunya sosialisasi pembangunan kepada para pelaku pembangunan daerah dan masyarakat secara umum melalui berbagai media strategis. Penggunaan media-media strategis tersebut sangat disesuaikan dengan karakteristik khalayak sasaran yang berkepentingan dengan informasi pembangunan daerah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Difusi Inovasi. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu mengkaji bagaimana efektivitas sosialisasi terhadap kesadaran calon *muzakki* dalam menyalurkan zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Cabang Banyumas di Kecamatan Kebasen. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh efektivitas sosialisasi terhadap kesadaran calon *muzakki* di Kecamatan Kebasen dalam menyalurkan zakat pada Badan Amil Zakat Nasional Cabang Banyumas Jawa Tengah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kantor Kecamatan Kebasen dan Kantor Badan Amil Zakat Nasional Cabang Banyumas. Sasaran dan Populasi dalam penelitian ini adalah 40 calon *muzakki* yang mengikuti sosialisasi penyalurkan dana zakat pada bulan November tahun 2019. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner dengan jumlah variabel sebanyak dua variabel yaitu variabel X (Sosialisasi) dan variabel Y (Kesadaran). Untuk memperoleh data yang lengkap dan teliti, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Pengujian Instrumen dilakukan dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Proses selanjutnya yaitu melakukan Uji Asumsi Klasik berupa Uji Normalitas dan Uji Linearitas. Lalu dilakukan Pengujian Hipotesis dengan melakukan Uji Koefisien Korelasi *Product Moment*, Uji Koefisien Determinasi, Uji Regresi Linear Sederhana, dan Uji Signifikansi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi zakat oleh Badan Amil Zakat Nasional Cabang Banyumas berpengaruh terhadap kesadaran calon *muzakki* di Kecamatan Kebasen dengan nilai sebesar 31,1%. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan perbandingan ($2,364 > 1,686$). Artinya, pengaruh sosialisasi zakat BAZNAS Cabang Banyumas terhadap kesadaran masyarakat (calon *muzakki*) di Kecamatan Kebasen adalah signifikan.

SUMMARY

The National Amil Zakat Agency (BAZNAS) is the official and only body formed by the government based on Presidential Decree No. 8 of 2001 which has the duties and functions of collecting and distributing zakat, infaq, and sodaqoh (ZIS) at the national level. BAZNAS Banyumas is an organization engaged in regional economic development. One of the activities carried out by BAZNAS is to conduct socialization. The communication process in the socialization has an important role in improving economic development and human resources in the region. Development communication is a strategy that emphasizes the need for socialization of development to regional development actors and the general public through various strategic media. The use of strategic media is highly adapted to the characteristics of the target audience with an interest in regional development information. The theory used in this study is the Theory of Diffusion of Innovations. The formulation of the problem in this study is to examine how the effectiveness of the socialization of prospective muzakki awareness in distributing zakat to the National Amil Zakat Board of Banyumas in Kebasen District. The purpose of this study was to identify the effect of the effectiveness of socialization on the awareness of prospective muzakki in Kebasen Sub-district in distributing zakat to the National Amil Zakat Agency Banyumas in Central Java.

The method used in this research is quantitative method. This research was conducted at the Kebasen District Office and the Office of the National Amil Zakat Agency of the Banyumas Branch. The target and population in this study were 40 prospective muzakki who participated in the socialization of zakat fund distribution in November 2019. The instrument used in this study was a questionnaire / questionnaire with two variables, namely X (Socialization) and Y (Awareness) variables. . To obtain complete and thorough data, researchers used primary and secondary data collection techniques. The instrument testing is done by Validity Test and Reliability Test. The next process is conducting the Classic Assumption Test in the form of the Normality and Linearity Test. Then do the Hypothesis Testing by conducting Product Moment Correlation Coefficient Test, Determination Coefficient Test, Simple Linear Regression Test, and Significance Test. The results showed that the socialization of zakat by the National Amil Zakat Board of Banyumas Branch affected the awareness of prospective muzakki in Kebasen District with a value of 31.1%. Hypothesis testing shows that t_{count} is greater than t_{table} at a significance level of 0.05 by comparison ($2,364 > 1,686$). That is, the influence of BAZNAS zakat socialization on community awareness (prospective muzakki) in Kebasen District is significant.