

## ABSTRAK

Zakat adalah salah satu rukun Islam yang menjadi kewajiban bagi setiap individu untuk menyisihkan sebagian dari harta atau kekayaan mereka sesuai dengan ketentuan syariat. Namun, dalam praktiknya, implementasi pembayaran zakat masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam menarik minat masyarakat (muzakki) untuk membayar zakat ke lembaga zakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dalam meningkatkan minat muzakki membayar zakat. Penelitian ini dilakukan di Yayasan Kesejahteraan Madani (YAKESMA) Sumatera Selatan. Penelitian ini merupakan studi lapangan (field research) yang menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data menggunakan teknik survei, wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis data menerapkan metode pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer didapat dari informan penelitian meliputi kepala cabang, pegawai/staf YAKESMA Sumatera Selatan serta para muzakki dan data sekunder didapat melalui studi pustaka, artikel, jurnal maupun dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil penelitian mengungkapkan bahwasannya implementasi strategi IMC yang efektif di YAKESMA Sumatera Selatan melibatkan sinergi antara berbagai elemen komunikasi pemasaran mencakup elemen periklanan, promosi penjualan, acara dan sponsor, hubungan masyarakat, komunikasi personal, pemasaran langsung, dan media sosial untuk menciptakan konsistensi pesan yang disampaikan secara menyeluruh kepada para muzakki. Pemanfaatan media sosial yang merupakan wadah dalam penyampaian pesan zakat, program-program YAKESMA Sumatera Selatan, program edukasi kepada masyarakat, serta kolaborasi dengan influencer tokoh agama dan komunitas lokal dapat meningkatkan kesadaran dan minat muzakki dalam membayar zakat. Selain itu, penyampaian informasi yang transparan dan akurat mengenai penyaluran zakat juga memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan muzakki.

**Kata Kunci:** Strategi IMC, minat, muzakki, membayar zakat

## **ABSTRACT**

*Zakat is one of the pillars of Islam that is an obligation for every individual to set aside a portion of their property or wealth in accordance with sharia provisions. However, in practice, the implementation of zakat payment still faces various challenges, especially in attracting public interest (muzakki) to pay zakat to zakat institutions. This research aims to find out the implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) strategy in increasing the interest of muzakki to pay zakat. This research was conducted at the Yayasan Kesejahteraan Madani (YAKESMA) South Sumatra. This research is a field study (field research) that uses a qualitative descriptive analysis approach. In collecting data using survey techniques, interviews and documentation. The data analysis applies the methods of data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The data sources used consist of primary and secondary data. Primary data obtained from research informants include branch heads, employees/staff of YAKESMA South Sumatra and muzakki and secondary data obtained through literature studies, articles, journals and documentation related to this research. The results revealed that the implementation of an effective IMC strategy in YAKESMA South Sumatra involves synergy between various elements of marketing communication including elements of advertising, sales promotion, events and sponsorships, public relations, personal communication, direct marketing, and social media to create consistency of messages delivered thoroughly to muzakki. The utilization of social media as a forum for delivering zakat messages, YAKESMA South Sumatra programs, educational programs to the community, and collaboration with influencers of religious leaders and local communities can increase awareness and interest of muzakki in paying zakat. In addition, the delivery of transparent and accurate information regarding zakat distribution also plays an important role in building muzakki trust.*

**Keywords:** *IMC Strategy, interest, muzakki, paying zakat*