

## ABSTRAK

Zakat merupakan se jumlah harta tertentu yang dikeluarkan pada waktu tertentu kepada golongan tertentu. Zakat mendorong terjadinya redistribusi kekayaan dari golongan yang mampu (*muzaki*) kepada golongan yang kurang mampu (*mustahik*). Salah satu faktor yang diduga berperan dalam meningkatkan jumlah muzaki adalah pemanfaatan media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas peran media sosial dan kompetensi amil di Dompot Dhuafa Sumatera Selatan dalam meningkatkan jumlah *muzakki*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode penelitian deskriptif dan jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Peran media sosial dalam meningkatkan jumlah *muzakki* di Dompot Dhuafa Sumatera Selatan terbukti efektif melalui pendekatan strategis yang terencana, pemilihan platform yang tepat, dan integrasi dengan komunikasi offline. Namun, diperlukan inovasi konten yang lebih menarik untuk mengatasi tantangan dalam meningkatkan nilai nominal donasi, sama halnya dengan peran kompetensi amil di Dompot Dhuafa Sumatera Selatan (DD Sumsel) juga telah terbukti sangat efektif dalam meningkatkan jumlah muzaki. Keberhasilan bergantung pada kompetensi amil, yang mencakup pengetahuan mendalam tentang zakat, keterampilan komunikasi, kejujuran yang berupa sikap transparan.

**Kata Kunci: Zakat, Media Sosial, Kompetensi Amil, *Muzakki***

## **ABSTRACT**

*Zakat is a certain amount of wealth that is issued at a certain time to a certain group. Zakat encourages the redistribution of wealth from the wealthy (muzaki) to the less fortunate (mustahik). One of the factors that is thought to play a role in increasing the number of muzaki is the use of social media. The purpose of this study was to determine the effectiveness of the role of social media and the competence of amil at Dompot Dhuafa South Sumatra in increasing the number of muzakki.*

*This study uses a qualitative method with a descriptive research method and this type of research uses field research. The data collection tools used in this study are observation, interviews, and documentation. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation and drawing conclusions.*

*The results of this study indicate that the role of social media in increasing the number of muzakki at Dompot Dhuafa South Sumatra has proven effective through a planned strategic approach, selection of the right platform, and integration with offline communication. However, more interesting content innovation is needed to overcome the challenges in increasing the nominal value of donations, just as the role of amil competence at Dompot Dhuafa South Sumatra (DD Sumsel) has also proven to be very effective in increasing the number of muzaki. Success depends on the competence of amil, which includes in-depth knowledge of zakat, communication skills, honesty in the form of a transparent attitude.*

**Keywords: Zakat, Social Media, Amil Competence, Muzakki**