

ANALISIS KANDUNGAN INFORMASI ZAKAT DALAM PLATFORM DIGITAL INSTITUSI ZAKAT DI MALAYSIA

ANALYSIS OF ZAKAT INFORMATION CONTENT ON THE DIGITAL PLATFORMS OF ZAKAT INSTITUTIONS IN MALAYSIA.

Prof. Madya Dr. Azri Bin Bhari ¹

Dr. Nik Airin Aqmar Binti Nik Azhar ²

Prof. Madya Dr. Mohd Ashrof Zaki Bin Yaakob ³

Dr. Mohd Faiz Bin Mohamed Yusof ⁴

Dr. Mohd Yusra Bin Abdullah ⁵

Encik Mohammad Mahyuddin Bin Khalid ⁶

Dr. Nurulaina Saidin ⁷

Dr. Nurhanani Romli ⁸

Rizqi Anfanni Fahmi ⁹

Noraizad bin Rosli ¹⁰

^{1 2 3 4 5 6 7} Academy of Contemporary Islamic Studies (ACIS), Universiti Teknologi MARA (UiTM), Malaysia
(Email: azrib178@uitm.edu.my, nikairin224@gmail.com, ashrof@uitm.edu.my, faizyusof@uitm.edu.my,
yusra@uitm.edu.my, emkay@uitm.edu.my, nurulainasaidin@uitm.edu.my)

⁸ Department of Economics, Faculty of Management and Economics, Sultan Idris Education, University, Tanjong Malim, Perak, Malaysia.

(Email: nurhanani@fpe.upsi.edu.my)

⁹ Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

(Email: rizqi.anfanni@uii.ac.id)

¹⁰ Majlis Agama Islam dan 'Adat Melayu Perak (MAIPk)

(Email: korporat@maipk.gov.my)

Article history

Received date : 5-11-2025

Revised date : 6-11-2025

Accepted date : 6-12-2025

Published date : 18-12-2025

To cite this document:

Bhari, A., Nik Azhar, N. A. A., Yaakob, M. A. Z., Mohamed Yusof, M. F., Abdullah, M. Y., Khalid, M. M., Saidin, N., Romli, N., Fahmi, R. A., & Rosli, N. (2025). Analisis kandungan informasi zakat dalam platform digital institusi zakat di Malaysia. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 10 (79), 174 – 184.

Abstract: *Penyampaian informasi zakat melalui platform digital semakin penting dalam memperkuat kefahaman, kesedaran dan penghayatan umat Islam terhadap kewajipan zakat. Kajian ini menganalisis kandungan informasi zakat yang diterbitkan oleh institusi zakat di Malaysia melalui laman sesawang rasmi, dengan memberi tumpuan kepada bentuk kandungan yang disediakan serta kepelbagaian istilah yang digunakan dalam penyampaian pendidikan zakat. Kajian ini menggunakan kaedah analisis kandungan kualitatif terhadap 15 laman sesawang institusi zakat negeri dan persekutuan bagi mengenal pasti jenis maklumat, pendekatan komunikasi dan strategi penyampaian digital yang digunakan untuk mendidik masyarakat. Dapatan menunjukkan wujudnya pelbagai istilah seperti dakwah, promosi, kempen dan pendidikan yang mencerminkan variasi pendekatan komunikasi antara institusi. Analisis turut mendapati perbezaan dari segi keluasan dan kedalaman kandungan, namun*

keseluruhannya berkongsi objektif yang sama, iaitu meningkatkan literasi zakat dan mengukuhkan kepatuhan masyarakat terhadap kewajipan berzakat. Kajian ini mencadangkan pembentukan Pelan Pendidikan Zakat Nasional yang mengintegrasikan dakwah, komunikasi strategik dan teknologi digital bagi menyeragamkan penyampaian informasi serta mempertingkatkan keberkesanan pendidikan zakat di Malaysia.

Keywords: *informasi zakat, platform digital, institusi zakat di Malaysia*

Abstract: *The dissemination of zakat-related information through digital platforms has become increasingly important in strengthening Muslim understanding, awareness, and appreciation of zakat obligations. This study analyzes the zakat information content published by zakat institutions in Malaysia through their official websites, focusing on the types of content provided as well as the diversity of terminology used in delivering zakat education. A qualitative content analysis method was employed on 15 state and federal zakat institution websites to identify the categories of information, communication approaches, and digital delivery strategies used to educate the public. The findings indicate the presence of various terms such as dakwah (religious outreach), promotion, campaigns, and education, reflecting differences in communication approaches across institutions. The analysis also reveals variations in the breadth and depth of the content, although all institutions share a common objective—to enhance zakat literacy and strengthen societal compliance with zakat obligations. The study proposes the development of a National Zakat Education Plan that integrates dakwah, strategic communication, and digital technology to standardize information delivery and improve the effectiveness of zakat education in Malaysia.*

Keywords: *zakat information, digital platforms, zakat institutions in Malaysia.*

Pendahuluan

Konsep Informasi Zakat dalam Platform Digital

Perkembangan teknologi digital telah memperkukuh peranan platform dalam talian sebagai medium utama penyampaian maklumat dan pendidikan kepada masyarakat. Dalam konteks pengurusan zakat di Malaysia, platform digital seperti laman sesawang rasmi institusi zakat berfungsi bukan sahaja sebagai saluran transaksi, tetapi turut menjadi sumber rujukan masyarakat dalam memahami hukum, konsep dan pelaksanaan zakat. Kebergantungan masyarakat terhadap maklumat dalam talian menjadikan kualiti, ketepatan dan kejelasan informasi zakat amat penting bagi memastikan kefahaman yang sahih dan menyeluruh dapat dicapai.

Informasi zakat dalam platform digital memainkan peranan strategik dalam meningkatkan literasi zakat, memantapkan kesedaran ibadah serta mendorong kepatuhan terhadap kewajipan tersebut. Platform ini turut menyediakan ruang bagi institusi zakat menampilkan pelbagai bentuk kandungan seperti penjelasan fiqh, kalkulator zakat interaktif, infografik, video dakwah dan laporan agihan. Justeru, analisis kandungan digital menjadi keperluan kritikal untuk menilai keberkesanan penyampaian informasi zakat serta sejauh mana platform yang digunakan benar-benar memenuhi keperluan masyarakat.

Walaupun semua institusi zakat negeri mempunyai platform digital masing-masing, pendekatan yang diambil dalam memaparkan informasi zakat adalah berbeza dari segi istilah, strategi

komunikasi dan kedalaman kandungan. Ada institusi yang memberi penekanan kepada pendekatan dakwah, manakala yang lain menggunakan strategi promosi atau kempen bermusim dalam menyampaikan maklumat zakat. Kepelbagaian ini mencerminkan kreativiti dan autonomi institusi zakat, namun turut menimbulkan keperluan untuk menilai keberkesanan maklumat yang disampaikan melalui pendekatan yang pelbagai.

Kajian-kajian terdahulu telah memberi perhatian kepada aspek pendidikan zakat, strategi dakwah dan komunikasi, serta tahap literasi zakat masyarakat, namun belum ada kajian yang memberi fokus khusus kepada analisis sistematik kandungan informasi zakat dalam platform digital semua institusi zakat di Malaysia serta perbandingan penggunaan istilah dan pendekatan komunikasi yang digunakan dalam penyampaian maklumat tersebut, sekali gus mewujudkan jurang kajian yang penting. Walaupun penyelidikan sebelum ini meneliti isu literasi zakat, pendekatan promosi dan keperluan multimedia interaktif, kajian-kajian tersebut tidak menilai secara menyeluruh bagaimana maklumat zakat dipersembahkan dalam laman sesawang rasmi, jenis kandungannya, serta tahap keberagaman dan konsistensinya antara negeri.

Artikel ini mengenal pasti beberapa kekurangan utama, termasuk ketiadaan penyelarasan istilah, variasi ketara dari segi keluasan dan kedalaman kandungan, serta keterbatasan elemen interaktif, multimedia dan pembelajaran reflektif dalam kebanyakan platform digital zakat. Sebagai sumbangan baharu, artikel ini menyediakan analisis kandungan yang komprehensif terhadap 15 laman sesawang institusi zakat, memperincikan pola penggunaan istilah seperti dakwah, promosi, kempen dan pendidikan, serta mencadangkan secara langsung pembentukan Pelan Pendidikan Zakat Nasional yang mengintegrasikan dakwah, komunikasi strategik dan teknologi digital sebagai model standard bagi meningkatkan keberkesanan penyampaian informasi zakat di Malaysia.

Sehubungan itu, kajian ini dijalankan bagi menganalisis informasi zakat yang dipaparkan dalam platform digital rasmi institusi zakat di Malaysia. Analisis ini merangkumi penilaian terhadap kategori kandungan, penggunaan istilah yang digunakan. Hasil kajian diharapkan dapat memberi gambaran menyeluruh mengenai pola penyampaian informasi zakat serta menjadi asas kepada usaha penyelarasan kandungan secara nasional melalui model pendidikan zakat digital yang lebih sistematik, seragam dan berkesan.

Tinjauan Literatur (*Literature Review*)

Pendidikan Zakat dan Dimensi Spirituo-Sosial

Kajian al-Qaradawi (2006) serta Mohd Ashrof Zaki Yaakob et al. (2025) menegaskan bahawa zakat bukan sekadar instrumen kewangan tetapi mekanisme tarbiah yang mendidik jiwa dan membentuk solidariti sosial dalam masyarakat Islam. Walaupun literatur ini menekankan kepentingan dimensi pendidikan dalam memahami hikmah dan fungsi zakat, perbincangannya masih bertumpu kepada aspek konseptual dan tidak mengulas bagaimana pendidikan zakat disampaikan melalui medium digital masa kini. Justeru, walaupun kajian ini penting dalam meletakkan asas normatif pendidikan zakat, ia tidak menjawab persoalan mengenai keberkesanan penyampaian maklumat zakat dalam ekosistem digital, yang menjadi fokus utama artikel ini.

Dakwah, Komunikasi Strategik dan Penyampaian Mesej Zakat

Kajian Juliana Nasution et al. (2023) menunjukkan bahawa institusi zakat banyak menggunakan strategi dakwah dan komunikasi promosi untuk mempengaruhi tingkah laku

pembayaran zakat, khususnya melalui media sosial. Namun, kajian tersebut menilai mesej yang disebar melalui platform media sosial tanpa meneliti struktur kandungan pendidikan zakat dalam laman web rasmi institusi. Selain itu, kajian tersebut tidak menilai sejauh mana istilah seperti “dakwah”, “kempen” dan “promosi” diseragamkan atau mempunyai implikasi terhadap kefahaman masyarakat. Kekurangan ini menunjukkan perlunya kajian yang membandingkan pendekatan komunikasi digital antara institusi secara sistematik, yang menjadi sumbangan penting artikel ini.

Literasi Zakat dan Kefahaman Masyarakat

Menurut Norafzan Awang et al. (2020), literasi zakat masyarakat Malaysia masih rendah, khususnya dalam kategori zakat perniagaan dan saham. Kelemahan literasi ini dikaitkan dengan kurangnya penyampaian maklumat yang mendalam dan interaktif oleh institusi zakat. Walau bagaimanapun, kajian tersebut tidak mengkaji secara langsung kualiti kandungan maklumat dalam platform digital, sebaliknya hanya menilai tahap kefahaman masyarakat. Oleh itu, jurang wujud dari sudut bagaimana kandungan digital yang ditawarkan institusi zakat menyumbang atau gagal menyumbang kepada literasi tersebut satu persoalan yang diisi oleh kajian ini.

Kandungan Digital dan Keterbatasan Interaktiviti

Kajian Fadhila Khairani et al. (2021) mendapati kandungan laman sesawang zakat di beberapa institusi lebih bersifat informatif, linear dan kurang menawarkan elemen multimedia atau pembelajaran reflektif. Walaupun dapatan ini penting, ia tidak memetakan secara komprehensif perbezaan kandungan merentas semua institusi zakat negeri di Malaysia. Selain itu, kajian tersebut tidak meneliti penggunaan istilah yang menggambarkan pendekatan komunikasi seperti “dakwah”, “promosi”, atau “pendidikan”. Maka, penelitian yang lebih luas dan sistematik diperlukan untuk memahami pola kandungan dan strategi digital di seluruh negara.

Pengintegrasian Perspektif Pendidikan Islam

Beberapa literatur pendidikan Islam seperti Hassan Langgulung (1986) dan Zuraidah Othman (2014) menekankan nilai keseimbangan ilmu, iman dan amal. Namun, literatur ini lebih bersifat teori pendidikan umum dan tidak membincangkan aplikasi praktikalnya dalam penyampaian maklumat zakat secara digital. Kajian-kajian ini hanya memberi asas falsafah kepada keperluan pendidikan, tetapi tidak memberikan kerangka praktikal atau empirikal mengenai bagaimana institusi zakat boleh menerapkan prinsip pendidikan Islam dalam platform digital. Oleh itu, integrasi literatur pendidikan ke dalam kajian zakat digital perlu dilakukan secara berhati-hati supaya ia kekal relevan kepada objektif kajian

Analisis Kritikal & Jurang Kajian

Kajian-kajian lepas menunjukkan bahawa penyelidikan mengenai zakat banyak menumpukan kepada aspek pendidikan rohani, strategi dakwah, komunikasi promosi dan tahap literasi masyarakat, namun masih belum memberi perhatian yang mencukupi terhadap analisis kandungan digital secara menyeluruh pada platform rasmi institusi zakat di Malaysia. Walaupun terdapat kajian yang menilai tingkah laku pembayar zakat serta keberkesanan mesej di media sosial, penyelidikan tersebut tidak mengkaji secara terperinci struktur, kedalaman, variasi dan konsistensi kandungan yang disampaikan melalui laman sesawang institusi zakat negeri. Selain itu, dapatan yang mengaitkan rendahnya literasi zakat dengan kurangnya interaktiviti digital masih bersifat umum dan tidak menghuraikan bagaimana kekurangan elemen multimedia, pedagogi digital atau kandungan reflektif memberi kesan kepada kualiti pendidikan zakat.

Kajian terdahulu juga tidak meneliti secara sistematik penggunaan istilah seperti “dakwah”, “promosi”, “kempen” dan “pendidikan”, sedangkan variasi istilah ini mencerminkan perbezaan strategi komunikasi yang berpotensi mempengaruhi kefahaman masyarakat. Oleh itu, wujud jurang jelas dalam literatur dari aspek analisis komparatif antara institusi, pemetaan kandungan digital, serta penilaian strategik terhadap pendekatan komunikasi zakat di Malaysia jurang yang diisi oleh kajian ini melalui analisis kandungan terhadap 15 platform digital institusi zakat di seluruh negara.

Secara keseluruhannya, literatur menunjukkan bahawa walaupun semakin banyak penyelidikan berkaitan pendidikan zakat, komunikasi digital dan literasi masyarakat dijalankan, masih wujud jurang ketara dari aspek analisis kandungan digital secara menyeluruh dan penilaian perbandingan pendekatan komunikasi antara institusi zakat. Oleh itu, kajian ini mengisi jurang tersebut dengan menawarkan analisis kandungan terperinci terhadap platform digital institusi zakat di seluruh Malaysia, sekali gus menyediakan asas bagi cadangan pembentukan Pelan Pendidikan Zakat Nasional yang lebih tersusun dan seragam.

Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan analisis kandungan kualitatif bagi meneliti maklumat pendidikan zakat yang dipaparkan melalui platform digital rasmi institusi zakat di Malaysia. Sebanyak 15 laman sesawang institusi zakat negeri dan persekutuan dijadikan sampel kajian berdasarkan kriteria keterwakilan institusi pengurusan zakat di seluruh negara. Proses pengumpulan data dijalankan dalam tahun 2025.

Bagi proses pengkodan dan analisis data, kajian ini menerapkan Analisis Tematik berasaskan kerangka Braun dan Clarke (2006). Pada peringkat awal, penyelidik membaca keseluruhan kandungan yang dikumpulkan secara berulang untuk memahami konteks dan pola umum penyampaian maklumat. Seterusnya, kod awal dijana secara induktif daripada data sebenar serta deduktif berdasarkan literatur komunikasi zakat dan pedagogi digital. Kod-kod ini kemudian dikelompokkan kepada tema awal yang merangkumi elemen seperti jenis kandungan, pendekatan komunikasi, istilah yang digunakan, dan tahap interaktiviti. Setelah itu, tema-tema berkenaan disemak bagi memastikan ketepatan, konsistensi dan kesesuaiannya dengan objektif kajian. Pada fasa akhir, setiap tema ditakrifkan secara operasional dan dianalisis secara komparatif antara institusi untuk mengenal pasti persamaan dan perbezaan dalam penyampaian informasi zakat melalui platform digital.

Analisis kajian ini dipandu oleh kombinasi Kerangka Analisis Kandungan Krippendorff (2022) dan Model Komunikasi Pendidikan Digital. Kerangka Krippendorff membantu penyelidik menstrukturkan proses pengumpulan data, pengkodan dan interpretasi makna kandungan digital secara sistematik dan empirikal. Sementara itu, model komunikasi pendidikan digital digunakan untuk menilai bagaimana istilah seperti “dakwah”, “promosi”, “kempen” dan “pendidikan” mencerminkan pendekatan komunikasi yang berbeza serta implikasinya terhadap strategi pedagogi digital institusi zakat. Penggabungan kedua-dua kerangka ini membolehkan kajian menganalisis bukan sahaja apa yang dipaparkan dalam platform digital, tetapi juga bagaimana ia disampaikan dan sejauh mana penyampaian tersebut menyokong usaha meningkatkan literasi zakat masyarakat

Analisis Kepelbagaian Istilah Informasi Zakat Dalam Platform Digital Institusi Zakat Di Malaysia

Institusi zakat di Malaysia menggunakan pelbagai istilah bagi menggambarkan penyampaian informasi zakat melalui platform digital, dan kepelbagaian ini mencerminkan perbezaan strategi komunikasi, fokus mesej serta segmentasi audiens antara institusi. Antara istilah yang dominan termasuk dakwah zakat, promosi zakat, kempen zakat dan pendidikan zakat, yang masing-masing membawa konotasi serta orientasi komunikasi yang berbeza dalam usaha menyampaikan maklumat kepada masyarakat.

Istilah dakwah zakat lazimnya digunakan untuk menonjolkan dimensi rohani dan penghayatan ibadah. Melalui istilah ini, informasi zakat disampaikan secara berasaskan pendekatan keagamaan dengan penekanan kepada hikmah, kelebihan spiritual, pahala, dan nilai pensucian jiwa. Pendekatan dakwah ini selari dengan peranan tradisional amil sebagai pendidik dan pembimbing, yang berusaha memupuk kefahaman bahawa zakat bukan sekadar kewajipan fiqh, tetapi ibadah yang mempunyai nilai tazkiyah terhadap harta dan jiwa.

Sebaliknya, istilah promosi zakat menggambarkan pendekatan yang lebih kontemporari dan berorientasikan pemasaran sosial. Melalui strategi ini, institusi zakat memanfaatkan visual menarik, slogan, infografik, mesej ringkas dan penggunaan media massa atau media sosial untuk meningkatkan capaian dan menarik perhatian pengguna digital. Pendekatan promosi bersifat lebih luas dan menekankan perubahan tingkah laku, khususnya bagi mendorong masyarakat menunaikan zakat secara konsisten.

Istilah kempen zakat pula sering digunakan dalam konteks program bermusim, khususnya menjelang Ramadan, akhir tahun atau waktu puncak pungutan. Kempen ini biasanya disertakan dengan tema tahunan, slogan khusus dan penyampaian mesej secara intensif dalam tempoh tertentu. Strategi kempen memberi impak yang ketara dalam tempoh singkat kerana ia menumpukan kepada tindakan segera seperti pembayaran zakat fitrah atau zakat harta pada hujung tahun kewangan.

Sementara itu, istilah pendidikan zakat merujuk kepada pendekatan yang lebih berstruktur dan berorientasikan pembelajaran jangka panjang. Kandungan informasi zakat disampaikan melalui seminar, bengkel, modul pembelajaran, wacana ilmiah dan program komuniti. Pendekatan ini bertujuan meningkatkan literasi zakat secara mendalam, termasuk kefahaman terhadap fiqh zakat, hikmah, fungsi sosial serta peranannya dalam pembangunan ekonomi ummah. Dari sudut digital, istilah ini lazimnya dikaitkan dengan penyediaan artikel penjelasan, video penerangan, kalkulator zakat, infografik hukum dan platform e-pembelajaran.

Jadual 3: Perbandingan Istilah Informasi Zakat dalam Platform Digital Institusi Zakat

Bil.	Istilah	Fokus Utama	Ciri Komunikasi	Contoh Kandungan	Impak kepada Pengguna
1	Dakwah Zakat	Penghayatan rohani & ibadah	Nada keagamaan, menyeru, peringatan	Dalil zakat, hikmah, kisah sahabat, pahala	Meningkatkan kesedaran spiritual & motivasi ibadah
2	Promosi Zakat	Pemasaran sosial & capaian luas	Visual menarik, slogan, pemasaran digital	Poster zakat fitrah, grafik bayaran, tagline	Menarik minat pembayar baharu & meningkatkan keterlihatan

3	Kempen Zakat	Program bermusim jangka pendek	Intensif, bertema, fokus tindakan segera	Kempen Ramadan, kempen hujung tahun	Meningkatkan pembayaran dalam tempoh tertentu
4	Pendidikan Zakat	Pembelajaran jangka panjang & literasi zakat	Penjelasan ilmiah, modul, bengkel	Artikel fiqh zakat, kalkulator zakat, e-learning	Mempertingkatkan kefahaman menyeluruh & literasi zakat
5	Maklumat Zakat	Informasi umum & rujukan asas	Neutral, deskriptif, ringkas	Definisi, hukum, jenis zakat	Memberi rujukan pantas & mudah diakses
6	Informasi Digital Zakat	Aplikasi teknologi digital	Interaktif, multimedia	Video, infografik, chatbot zakat	Pengalaman pembelajaran lebih menarik & res

Secara keseluruhannya, kepelbagaian istilah ini menunjukkan bahawa institusi zakat di Malaysia menggunakan strategi komunikasi digital yang pelbagai dan anjal untuk menyampaikan informasi kepada segmen masyarakat yang berbeza. Walaupun terdapat perbezaan dari segi istilah, fokus mesej dan pendekatan penyampaian, kesemuanya berkongsi matlamat yang sama, iaitu memperkukuh kefahaman, meningkatkan kesedaran dan mendorong kepatuhan umat Islam terhadap kewajipan zakat. Variasi istilah ini turut menggambarkan keupayaan institusi zakat menyesuaikan mesej dengan keperluan teknologi semasa serta corak penerimaan maklumat masyarakat dalam ekosistem digital masa kini.

Berikut ditunjukkan senarai pautan rasmi laman sesawang institusi zakat di Malaysia yang menjadi rujukan utama dalam analisis kandungan pendidikan zakat ini:

Jadual 1: Pautan Laman Sesawang Rasmi Info Pendidikan Zakat

Bil.	Negeri	Senarai Institusi Zakat	Pautan Kandungan Pendidikan Zakat
1	Persekutuan	Jabatan Wakaf, Zakat dan Haji (JAWHAR)	https://www.jawhar.gov.my/
2	Wilayah Persekutuan	Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (MAIWP)	https://www.zakat.com.my/
3	Selangor	Lembaga Zakat Selangor	https://www.zakatselangor.com.my/
4	Johor	Majlis Agama Islam Negeri Johor	https://www.maij.gov.my/#
5	Melaka	Pusat Zakat Melaka	https://www.izakat.com/ui.php
6	Negeri Sembilan	Majlis Agama Islam Negeri Sembilan	https://www.mains.gov.my/online/
7	Perak	Majlis Agama Islam dan Adat Melayu Perak	https://www.maiamp.gov.my/
8	Kedah	Lembaga Zakat Negeri Kedah	https://www.zakatkedah.com.my/
9	Pulau Pinang	Pusat Urus Zakat, Majlis Agama Islam Negeri Pulau Pinang	https://zakat.mainpp.gov.my/
10	Perlis	Majlis Agama Islam dan Adat Istiadat Melayu Perlis	https://www.maips.gov.my/

11	Pahang	Pusat Kutipan Zakat, Majlis Agama Islam dan Adat Resam Melayu Pahang	https://zakatpahang.my/
12	Kelantan	Majlis Agama Islam dan Adat Istiadat Melayu Kelantan	https://www.e-maik.my/v2/
13	Terengganu	Majlis Agama Islam Dan Adat Melayu Terengganu	https://www.maidam.gov.my/
14	Sabah	Majlis Agama Islam Sabah	https://appszakat.sabah.gov.my/index.php
15	Sarawak	Tabung Baitulmal Sarawak, Majlis Islam Sarawak	https://www.tbs.org.my/www/

Analisis Kandungan Informasi Zakat dalam Platform Digital Institusi Zakat Di Malaysia

Kajian mendapati bahawa hampir semua institusi zakat negeri dan persekutuan di Malaysia menyediakan pelbagai bentuk informasi zakat melalui platform digital, terutamanya laman sesawang rasmi. Informasi ini berfungsi sebagai medium penting dalam menyampaikan panduan, kefahaman dan nilai berkaitan zakat kepada masyarakat. Secara umum, kandungan informasi zakat yang dipaparkan dapat dikategorikan kepada beberapa komponen utama seperti ditunjukkan dalam Jadual 2.

Jadual 2: Kategori Kandungan Informasi Zakat dalam Platform Digital Institusi Zakat di Malaysia

Bil.	Topik	Kandungan
1	Asas hukum dan dalil zakat	Menjelaskan kewajipan zakat berdasarkan al-Quran dan hadis
2	Definisi dan konsep zakat	Menerangkan maksud, tujuan dan hikmah zakat
3	Sejarah dan hikmah zakat	Memperkenalkan amalan zakat sejak zaman Rasulullah SAW
4	Rukun dan syarat zakat	Memperincikan aspek fiqh berkaitan sahnya zakat
5	Jenis-jenis zakat	Meliputi zakat harta, perniagaan, emas, pertanian, dan zakat pendapatan
6	Asnaf zakat	Menjelaskan kategori penerima zakat berdasarkan Surah al-Taubah ayat 60
7	Kaedah pengiraan dan pembayaran zakat	Disertakan dengan kalkulator zakat interaktif
8	Testimoni dan laporan agihan zakat	Menunjukkan impak sosial daripada agihan zakat
9	Undang-undang dan enakmen berkaitan zakat	Menjelaskan aspek perundangan berkaitan pelaksanaan zakat
10	Fatwa zakat	Menjelaskan hukum zakat bagi isu-isu kontemporari
11	Soal jawab hukum	Memberikan respons terhadap persoalan umum masyarakat

Analisis terhadap kandungan informasi zakat ini menunjukkan beberapa dapatan penting yang boleh dibahagikan kepada tiga dimensi utama, iaitu kelebihan kandungan, kelemahan kandungan, dan peluang penambahbaikan.

Dari sudut kelebihan, kebanyakan platform digital institusi zakat menampilkan maklumat yang jelas, mudah difahami dan disusun secara sistematik. Reka bentuk laman sesawang yang mesra pengguna, selain kewujudan pautan interaktif seperti kalkulator zakat, memudahkan pengguna mengira zakat dengan lebih tepat dan pantas. Cara penyampaian ini meningkatkan keupayaan masyarakat mengakses maklumat dengan efisien serta menyokong usaha memperkukuh literasi zakat di Malaysia.

Namun demikian, analisis turut mengenal pasti beberapa kelemahan yang signifikan. Sebahagian platform masih kurang memanfaatkan elemen reflektif dan pengalaman pembelajaran yang lebih mendalam. Kandungan berbentuk kisah inspirasi, video dakwah, animasi, atau elemen multimedia lain yang berpotensi menarik perhatian terutama generasi muda didapati masih terhad. Kekurangan unsur interaktif ini menyebabkan penyampaian informasi zakat cenderung bersifat linear, berfokus kepada teks dan kurang merangsang penghayatan nilai zakat secara holistik.

Oleh itu, wujud peluang besar untuk penambahbaikan melalui pembangunan platform e-pembelajaran zakat (e-learning zakat) yang lebih dinamik, interaktif dan adaptif dengan keperluan pengguna digital masa kini. Integrasi elemen multimedia seperti video penerangan, modul pembelajaran sendiri, kuiz literasi zakat, sistem ganjaran maya serta infografik interaktif bukan sahaja memperkukuh pendekatan pedagogi, malah mampu meningkatkan tahap keterlibatan pengguna. Usaha penambahbaikan ini berpotensi menyokong misi institusi zakat sebagai pusat dakwah dan pendidikan masyarakat, sekaligus membimbing umat ke arah kefahaman zakat yang lebih menyeluruh, berasaskan ilmu dan selari dengan maqasid al-shariah.

Kesimpulan

Platform digital institusi zakat di Malaysia telah memainkan peranan penting sebagai medium penyampaian informasi zakat kepada masyarakat. Walaupun pelbagai bentuk kandungan seperti teks, infografik, kalkulator zakat dan video telah dikemukakan, majoriti platform masih menumpukan kepada penyampaian maklumat asas yang bersifat hukum dan fiqh. Dimensi nilai, hikmah, naratif sosial serta kandungan reflektif yang dapat memperkukuh penghayatan zakat masih belum diberikan perhatian sepenuhnya, menjadikan informasi zakat bersifat informatif tetapi kurang mendalam dari sudut tarbiah dan nilai spiritual.

Oleh itu, institusi zakat perlu memperkukuh peranan sebagai penyampai maklumat dan pendidik digital ummah, bukan hanya sebagai pengutip dan pengagih zakat. Penyampaian informasi zakat dalam platform digital perlu berasaskan pendekatan integratif yang menggabungkan unsur ilmu, rohani dan sosial, selari dengan tujuan zakat sebagai ibadah yang menyucikan harta, membina jiwa dan memperkasa kesejahteraan masyarakat. Penggunaan strategi dakwah digital, komunikasi berfokus nilai serta unsur interaktiviti diperlukan bagi memastikan penyampaian maklumat benar-benar memberi kesan terhadap kefahaman dan kepatuhan masyarakat terhadap kewajipan zakat.

Berdasarkan dapatan kajian, beberapa cadangan strategik wajar dipertimbangkan untuk meningkatkan keberkesanan penyampaian informasi zakat dalam platform digital:

Penubuhan Pelan Induk Pendidikan Zakat Nasional (PIPZN) bagi menyeragamkan kandungan, istilah dan pendekatan penyampaian informasi zakat merentas negeri, dengan JAWHAR sebagai penyelarasan utama.

Pembangunan portal e-Pendidikan Zakat Malaysia (e-Zakat Learning Hub) yang menyediakan modul fiqh zakat, video pendidikan, kuiz literasi, mikro-kredensial dan ruang pembelajaran sendiri berteraskan konsep lifelong learning Islamik.

Penerapan maqasid al-shariah dalam kandungan digital, khususnya nilai hifz al-din, hifz al-mal dan hifz al-nafs bagi memastikan informasi zakat tidak bersifat teknikal semata-mata tetapi menjadi asas pembinaan insan dan kesejahteraan sosial.

Penguatan kompetensi amil sebagai pendidik digital, melalui latihan pedagogi Islam, komunikasi dakwah dan kemahiran media agar maklumat dapat disampaikan secara profesional, strategik dan beretika.

Pelaksanaan sistem pemantauan dan penilaian impak, seperti Indeks Literasi Zakat Nasional (ILZN), bagi menilai kefahaman, sikap dan tahap pematuhan masyarakat serta menambah baik strategi penyampaian maklumat secara berterusan.

Secara keseluruhannya, penyampaian informasi zakat dalam platform digital merupakan agenda strategik yang perlu diperkukuh dalam membangunkan masyarakat berilmu, berakhlak dan bertanggungjawab terhadap keadilan ekonomi Islam. Apabila kandungan digital zakat dilaksanakan secara sistematik, berasaskan maqasid al-shariah dan disokong teknologi interaktif, ia bukan sahaja meningkatkan kefahaman dan kepatuhan zakat, bahkan memperkukuh kesejahteraan sosial dan ketamadunan Islam di Malaysia.

Rujukan

- Al-Qaraḍāwī, Yūsuf (2006), *Fiqh al-Zakāh Dirāsah Muqāranah li Ahkāmihā wa falsafatihā fi Daw' al-Qur'ān wa al-Sunnah*. Cet. ke-25. Jilid ke-2. Qāhirah: Maktabah Wahbah.
- Abdul Karim Zaidan (2001), *Usul Dakwah*, Muassasah al-Risalah
- Albert Bandura (1977) *Social Learning Theory*, Prentice-Hall International, United States of America
- Braun Virginia & Clarke Victoria (2006), *Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology*, 3 (2). pp. 77-101. ISSN 1478-0887 Available from: <http://eprints.uwe.ac.uk/11735>
- Fadhila Khairani, Ika Wulandari Utami Ningtias, Frida Destini (2021), *Analisis Kebutuhan Multimedia Interaktif Perkuliahan E-Learning pada Mata Kuliah Landasan Kependidikan*, Jurnal Basicedu, DOI:10.31004/BASICEDU.V5I6.1582
- Hasan Langgulung (1986), *Pengenalan Tamadun Islam Dalam Pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, h. viii.
- Herdian Kertayasa (2024) *Penguatan Literasi Zakat dan Implementasinya dalam Meningkatkan Kepedulian Mahasiswa UBP Karawang. ABDIMAS Iqtishadia*.
- Klaus Krippendorff (2022), *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Sage Research Methods, DOI: <https://doi.org/10.4135/9781071878781>
- Juliana Nasution, Nurhayati, Marliyah (2023), *Campaigning Zakat on Social Media: The Role of Message Strategies in the Decision to Pay Zakat*, Jurnal ASPIKOM, Vol. 8. No. 1. 2023., pp. 53-66, P-ISSN: 2087-0442, E-ISSN: 2548-8309, DOI:<http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v8i1.1258>

- Mohd Ashrof Zaki Yaakob, Nurulaina Saidin*, Azri Bhari, Mohammad Mahyuddin Khalid, Mohd Faiz Mohamed Yusof, Mohd Yusra Abdullah (2025), Aligning Zakat, Sadaqah and Waqf with the Sustainable Development Goals (SDGs): The Role of ZAWAF UiTM, International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), 9(08), 6873-6879. <https://dx.doi.org/10.47772/IJRISS.2025.908000566>
- Muhsin Nor Paizin (2013), Pelaksanaan Zakat di Wilayah Persekutuan: Satu Pemerhatian Terhadap Operasi Kutipan & Agihan Zakat, Jurnal Hadhari 6 (2) (2013) 97-111. <https://www.ukm.my/jhadhari/makalah/V6n22014/6.2.g.pdf>
- Norafzan Awang, Mohd Rizal Abu Bakar, Wan Syukry Wan Drani, Zahri Hamat (2020), Taksiran Zakat di Malaysia: Isu dan Cadangan Solusi, Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Vol. 6 (1) 2019: 43-50.
- Pusat Pungutan Zakat (2025), <https://www.zakat.com.my/info-korporat/maklumat-korporat/objektif/> (7 November 2025)
- Zuraidah Othman & Hajah Aizan Ali. 2014. Pendidikan Integratif dalam Islam: Kesepaduan Iman, Ilmu dan Amal, Jurnal al-Muqaddimah. Bil 2 (2) 2014, ms.21-45. Kuala Lumpur: Universiti Malaysia.

Laman Sesawang

- Jabatan Wakaf, Zakat dan Haji (JAWHAR), <https://www.jawhar.gov.my/>
- Lembaga Zakat Selangor, <https://www.zakatselangor.com.my/>
- Lembaga Zakat Negeri Kedah, <https://www.zakatkedah.com.my/>
- Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (MAIWP), <https://www.zakat.com.my/>
- Majlis Agama Islam Negeri Johor, <https://www.maij.gov.my/#>
- Majlis Agama Islam Negeri Sembilan, <https://www.mains.gov.my/online/>
- Majlis Agama Islam dan Adat Istiadat Melayu Perlis, <https://www.maips.gov.my/>
- Majlis Agama Islam dan Adat Melayu Perak, <https://www.maiamp.gov.my/>
- Majlis Agama Islam dan Adat Istiadat Melayu Kelantan, <https://www.e-maik.my/v2/>
- Majlis Agama Islam Dan Adat Melayu Terengganu, <https://www.maidam.gov.my/>
- Majlis Agama Islam Sabah, <https://appszakat.sabah.gov.my/index.php>
- Pusat Zakat Melaka, <https://www.izakat.com/ui.php>
- Pusat Urus Zakat, Majlis Agama Islam Negeri Pulau Pinang, <https://zakat.mainpp.gov.my/>
- Pusat Kutipan Zakat, Majlis Agama Islam dan Adat Resam Melayu Pahang, <https://zakatpahang.my/>
- Tabung Baitulmal Sarawak, Majlis Islam Sarawak, <https://www.tbs.org.my/www/>