



Intisari dan Kata Kunci

Salah satu aspek kompetensi yang perlu dimiliki pengelola zakat dan wakaf adalah kemampuan untuk menjalankan perannya dengan akuntabel. BAZNAS dan BWI sebagai entitas regulator sekaligus operator zakat dan wakaf nasional seharusnya menjadi percontohan dalam mengelola media sosial guna melaksanakan akuntabilitas secara *online*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana BAZNAS dan BWI menyajikan akuntabilitas dan *dialogic accounting* melalui media sosial. Media sosial penting dalam melaksanakan akuntabilitas karena merupakan alat pengumpulan informasi bagi berbagai pemegang kepentingan di generasi saat ini. Untuk mencapai tujuan, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi mengenai objek yang diteliti. Data yang diambil merupakan data sekunder yang dikumpulkan dari unggahan media sosial instagram akun @baznasindonesia dan @badanwakafindonesia dengan bantuan platform analisis popster.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unggahan akun media sosial BAZNAS yang mendukung akuntabilitas didominasi oleh jenis konten info program dengan lingkup program berskala lokal. Aspek akuntabilitas yang didapatkan tergolong dalam dimensi akuntabilitas internal, ke atas dengan sebagian besar informasi ditujukan kepada donatur, dilaksanakan dengan cara informal, dan memiliki aspek fungsional. Sedangkan unggahan akun media sosial BWI yang mendukung akuntabilitas didominasi oleh konten berjenis info agenda dan profil entitas dengan lingkup program berskala nasional. Aspek akuntabilitas yang didapatkan dari media sosial BWI sebagian besar tergolong dalam dimensi internal, ke luar dengan sebagian informasi ditujukan kepada masyarakat umum, dilaksanakan dengan cara informal, dan memiliki aspek strategis. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa BAZNAS dan BWI mendukung terciptanya *dialogic accounting* yang ditujukan kepada pihak atas (*upward*) dan pihak luar (*downward*).

Kata kunci: Akuntabilitas, media sosial, BAZNAS, BWI, *dialogic accounting*



Abstract

One of the competencies that zakat and waqf entities need to fulfill is the ability to carry out their roles in an accountable manner. BAZNAS and BWI as zakat and waqf regulatory entities as well as operators in Indonesia should be role models in managing social media to implement online accountability. This study aims to understand how BAZNAS and BWI present accountability and demonstrate accounting dialogue through social media. Social media is important in implementing accountability because it's ability to gathering information for various stakeholders. To achieve the goal, the researcher used a qualitative approach with the case study method to explore the object study. The secondary data collected from social media post on Instagram accounts @baznasindonesia and @badanwakafindonesia with popster.com analysis platform. The results shows, content of BAZNAS's accounts that support accountability are dominated by the type of program info with a local scope. The accountability aspect obtained belongs to the internal accountability dimension, upwards with most of the information addressed to donors, carried out in an informal way, and has a functional aspect. while post of BWI's accounts accountability are dominated by content of agenda information and entity profiles with a national scope. The accountability aspects obtained from BWI's social media are mostly classified in the internal dimension, outward with some of the information addressed to the general public, carried out in an informal way, and has strategic aspects. The study also shows that BAZNAS and BWI support the existence of dialogic accounting aimed at upward and downward.

Keywords: Accountability, social media, BAZNAS, BWI, dialogic accounting.