POLA DAKWAH DIGITAL FUNDRAISING LEMBAGA WAKAF DAARUT TAUHIID

Foury Abdurrahman
Sekolah Tinggi Agama Islam Daarut Tauhiid
fouryabdurrahman@gmail.com

Abstract

This research aims to understand the da'wah patterns used by the Daarut Tauhiid Waqf Institution in promoting its digital fundraising program through digital media. Using a qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with the institution's funding team, observation of its digital media content, and analysis of institutional documents, validated through triangulation. The findings show that the Waqf Institution applies two main da'wah patterns. First, a media-based da'wah pattern focused on producing quality content, including waqf literacy material, content on the empowerment of waqf assets, and inspirational testimonials from donors (muwakif) that were distributed through its own digital platforms (YouTube, TikTok, Instagram, and its website), affiliated media (MQ TV, MQ FM), and third-party crowdfunding platforms. Second, a da'wah bil hal pattern realized through open, responsive, and trust-building communication between the institution's team and its donors. In 2023, this digital funding strategy helped the institution raise approximately IDR 18 billion, almost entirely through online channels, and received a positive public response reflected in growing follower numbers and direct engagement on social media. The main challenges identified include adapting human resources to market dynamics and the public's still-limited literacy about the diverse forms of waqf. This research contributes to the development of da'wah communication theory and practice in the context of digital media.

Keywords:
Da'wah Patterns, Digital Funding, Digital Media, Waqf Institution

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pola dakwah yang digunakan oleh Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid dalam mempromosikan program digital funding melalui media digital. Dengan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim funding lembaga, observasi terhadap konten media digital yang digunakan, serta analisis dokumen kelembagaan, yang divalidasi melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid menerapkan dua pola dakwah utama. Pertama, pola dakwah melalui media yang berfokus pada penguatan konten berkualitas, mencakup literasi wakaf, konten pemberdayaan aset wakaf, dan testimoni inspiratif dari para muwakif yang disebarkan melalui platform digital internal (YouTube, TikTok, Instagram, dan situs web), media afiliasi (MQ TV, MQ

FM), serta platform crowdfunding pihak ketiga. Kedua, pola dakwah bil hal yang terwujud melalui komunikasi yang terbuka, responsif, dan membangun kepercayaan antara tim lembaga dengan para muwakif. Pada tahun 2023, strategi digital funding ini berhasil menghimpun dana sekitar Rp18 miliar, yang hampir seluruhnya diperoleh melalui kanal daring, serta mendapat respons positif dari masyarakat yang tercermin dari peningkatan jumlah pengikut dan interaksi langsung di media sosial. Tantangan utama yang ditemukan meliputi adaptasi sumber daya manusia terhadap dinamika pasar serta masih rendahnya literasi masyarakat mengenai beragam bentuk wakaf. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik komunikasi dakwah melalui media digital.

Kata Kunci:

Pola Dakwah, Digital Funding, Media Digital, Lembaga Wakaf

Pendahuluan

Dakwah merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan umat Islam, yang bertujuan menyebarkan ajaran Islam serta memperkuat iman dan ketakwaan kepada Allah SWT. Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terjadi pergeseran paradigma dalam pelaksanaan dakwah; salah satu perubahan signifikan adalah adopsi metode digital dalam mendukung kegiatan dakwah (Marwantika, 2021). Sebagai contoh, Aa Gym menyebarkan pesan-pesan dakwahnya menggunakan media digital agar pesan yang disampaikan tersebar kepada khalayak dengan cakupan yang luas (Mardani & Abduh, 2022), sehingga pada masa sekarang penggunaan teknologi digital sebagai sarana penunjang dakwah menjadi sangat penting (Mardiana, 2020).

Daarut Tauhiid, sebagai salah satu lembaga dakwah yang memiliki komitmen kuat terhadap pengembangan umat dan pembangunan Islam, mewujudkan komitmennya melalui aksi konkret berupa pendirian lembaga pendidikan mulai tingkat sekolah dasar hingga perguruan tinggi, serta kegiatan pendidikan nonformal seperti APW (Akhlak Plus Wirausaha), PPM (Program Pesantren Mahasiswa), SSG (Santri Siap Guna), dan PMK (Program Masa Keemasan). Untuk menunjang keberlangsungan seluruh program tersebut, Daarut Tauhiid tentu membutuhkan pendanaan yang berkesinambungan.

Salah satu caranya adalah melalui Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid dengan kegiatan funding. Dalam menjalankan funding, Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid turut beradaptasi dengan perkembangan zaman melalui digital funding, yaitu strategi inovatif yang memanfaatkan teknologi digital seperti platform crowdfunding, e-commerce, dan media sosial guna menggalang dana secara efektif dan efisien (Rahmatullah & Putra, 2020).

Namun demikian, keberhasilan digital funding tetap membutuhkan strategi yang tepat agar target funding dapat tercapai. Pola dakwah Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid yang terintegrasi dengan digital funding ini menimbulkan berbagai pertanyaan dan tantangan tersendiri, sehingga penelitian ini akan membahas pola dakwah Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid dalam melakukan digital funding, serta strategi dakwah yang digunakan melalui media digital.

Pola dakwah merujuk pada metode atau pendekatan yang digunakan oleh seorang dai (pendakwah) dalam menyampaikan pesan-pesan agama atau nilai-nilai moral kepada masyarakat, yang penerapannya bergantung pada kondisi sasaran dakwah. Zaidan (dalam A & Hanif, 2022) menyatakan bahwa metode dakwah adalah ilmu yang terkait dengan penyampaian pesan dakwah dan penanganan kendala-kendalanya. Sementara itu, Sanusi (dalam Masmudin, 2018) dalam buku Pengantar Ilmu Dakwah menjelaskan bahwa metode dakwah merupakan cara atau teknik menyampaikan pesan kepada individu maupun masyarakat, dengan tujuan agar pesan dakwah dapat tersampaikan, diyakini, dan diamalkan. Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode dakwah adalah ilmu atau teknik yang terkait dengan penyampaian pesan dakwah kepada individu atau masyarakat, agar pesan tersebut dapat tersampaikan, diyakini, dan diamalkan, sekaligus melibatkan upaya mengatasi kendala yang mungkin muncul dalam prosesnya. Dengan demikian, kesuksesan dakwah tidak hanya bergantung pada kejelasan penyampaian pesan, tetapi juga pemahaman akan metode yang tepat dan kemampuan mengatasi tantangan yang timbul.

Istilah *digital funding* terdiri atas dua kata, yaitu *digital* dan *funding*. Funding berasal dari kata bahasa Inggris *fund* (dana), sehingga funding berarti proses pengumpulan dana; adapun istilah digital merujuk pada penggunaan teknologi komputer dan informasi yang bersifat diskret atau terdigitalisasi (Husain, 2020). Dengan demikian, digital funding adalah proses penggunaan teknologi digital untuk mengumpulkan dana atau donasi.

Sementara itu, media digital merupakan bentuk media yang kontennya terdiri atas kombinasi data, teks, suara, dan gambar yang disimpan dalam format digital, kemudian diunggah dan disebarluaskan melalui jaringan kabel optik broadband maupun sistem gelombang mikro (AK et al., 2021). Media digital juga dapat diidentifikasi sebagai media komunikasi dengan berbagai format data yang dapat dibaca mesin (*encoded*), mencakup kemampuan pembuatan, visualisasi, modifikasi, pendengaran, distribusi, dan penyimpanan pada perangkat digital, misalnya iklan, musik, video, artikel, podcast, dan buku audio.

Penelitian ini bertujuan mendokumentasikan dan menganalisis pola dakwah Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid melalui teori dakwah dalam konteks penggunaan digital funding pada media digital. Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman mendalam mengenai integrasi dakwah dan teknologi digital dalam pengembangan lembaga wakaf dan penyebaran ajaran Islam, sekaligus memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah berbasis teknologi di lembaga serupa.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Anggito dan Setiawan (2018) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif melibatkan pengumpulan data dalam konteks alamiah dengan tujuan memahami fenomena yang sedang dipelajari; dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen utama dalam pengumpulan data.

Subjek penelitian ini adalah tim funding Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid yang berada di bawah naungan Yayasan Daarut Tauhiid, dengan objek penelitian berupa media digital yang digunakan lembaga tersebut, yaitu media sosial, radio, dan televisi. Sumber data penelitian ini terdiri atas sumber data tertulis (laporan lembaga wakaf), wawancara dengan staf wakaf Daarut Tauhiid yang menjadi penanggung jawab kegiatan funding, observasi terhadap konten media digital, serta analisis dokumen. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik triangulasi; analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dengan hasil penelitian yang lebih berfokus pada pemaknaan daripada generalisasi.

Menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2013), wawancara adalah pertemuan antara dua individu yang bertujuan untuk bertukar informasi dan gagasan melalui sesi tanya jawab. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur secara langsung dengan pihak yang mewakili Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid, dengan mempersiapkan instrumen sebagai pedoman wawancara agar pertanyaan yang diajukan sesuai dengan subjek penelitian.

Marshall (dalam Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa melalui teknik observasi, peneliti dapat memahami perilaku serta makna di balik perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperjelas data yang telah diperoleh, khususnya untuk memahami strategi yang digunakan Wakaf Daarut Tauhiid ketika melakukan funding melalui media digital.

Sugiyono (Sugiyono, 2013) menyebutkan bahwa dokumen adalah catatan dari peristiwa yang sudah terjadi, dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental. Metode dokumentasi menjadi pendukung penting dalam penelitian kualitatif, di samping metode observasi dan wawancara.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Bagian ini menyajikan hasil penelitian berupa strategi komunikasi Wakaf Daarut Tauhiid dalam melakukan digital funding melalui media digital, mencakup tujuan, sumber daya atau perencanaan, realisasi atau aksi, serta analisis dan evaluasi, berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan analisis dokumen.

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid yang berada di bawah naungan Yayasan Daarut Tauhiid, sebuah lembaga pendidikan Islam yang berlokasi di Bandung, Indonesia, didirikan oleh KH. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym). Selain berfungsi sebagai pusat pendidikan, Daarut Tauhiid juga menjadi pusat kegiatan dakwah dan pelayanan masyarakat, dengan berbagai program pengajian, seminar, dan pelatihan yang terbuka untuk umum. Untuk mendukung keberlangsungan kegiatan dakwah dan sosial tersebut, dibentuklah lembaga penghimpun dana, salah satunya Wakaf Daarut Tauhiid.

Subjek penelitian ini adalah media digital yang digunakan Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid, yaitu media sosial, radio, dan televisi. Peneliti melakukan wawancara dengan staf Wakaf Daarut Tauhiid yang menjadi penanggung jawab kegiatan funding.

Tujuan melakukan digital funding adalah menghimpun dana wakaf dari umat serta memudahkan muwakif yang ingin berwakaf. Dalam mempromosikan digital funding, Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid menggunakan beberapa pola: (a) pemanfaatan media digital internal, seperti YouTube, TikTok, Instagram (@wakafdt), dan situs web resmi yang menyediakan sarana crowdfunding online bagi para muwakif; (b) membangun kerja sama dengan media digital internal Daarut Tauhiid lainnya, seperti MQ TV dan MQ FM, untuk membranding Wakaf Daarut Tauhiid; dan (c) memaksimalkan platform digital pihak ketiga yang sudah tersedia di masyarakat, seperti BigAmal.

Strategi yang digunakan meliputi penguatan konten wakaf yang dibagikan di media digital, berupa testimoni para muwakif, konten literasi wakaf (manfaat dan keutamaan berwakaf), serta konten pemberdayaan aset wakaf, dengan tujuan menarik minat sasaran dakwah untuk berwakaf, disertai upaya membangun komunikasi antara nazhir/tim wakaf dengan para muwakif. Respons masyarakat terhadap program digital funding sangat baik, tercermin dari indikator naiknya jumlah follower serta respons masyarakat melalui direct message di Instagram.

Terdapat dua tantangan utama dalam pelaksanaannya: (a) adaptasi sumber daya manusia (SDM) terhadap dinamika pasar, dimana SDM perlu memahami psikologi dan kebutuhan pasar secara mendalam agar konten yang dipasarkan mampu menarik perhatian calon muwakif; dan (b) rendahnya literasi masyarakat mengenai wakaf, dimana istilah "wakaf" masih sering diasosiasikan hanya dengan bangunan (seperti masjid) atau sumbangan uang dalam jumlah besar, padahal wakaf juga mencakup bentuk lain seperti wakaf produktif, wakaf pendidikan, dan wakaf kesehatan. Oleh karena itu, peningkatan literasi wakaf menjadi krusial dalam upaya sosialisasi.

Penggunaan media digital dinilai sangat efektif, mengingat pada tahun 2023 hampir seluruh pergerakan funding Wakaf Daarut Tauhiid dilakukan secara daring (bukan offline), dengan total dana yang berhasil dihimpun mencapai Rp18 miliar.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat dianalisis bahwa pola dakwah Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid dalam digital funding sejalan dengan konsep metode dakwah yang dikemukakan Zaidan dan Sanusi pada bagian Pendahuluan, yakni sebagai ilmu atau teknik penyampaian pesan dakwah yang bertujuan agar pesan tersampaikan, diyakini, dan diamalkan, sekaligus mengatasi kendala yang muncul dalam prosesnya. Penerapan strategi digital funding bertujuan meningkatkan aksesibilitas serta keterlibatan para muwakif dalam memberikan sumbangan wakaf, melalui penguatan konten yang relevan dengan wakaf, mencakup literasi wakaf, konten pemberdayaan aset wakaf, dan narasi inspiratif mengenai muwakif yang berdampak signifikan terhadap peningkatan dana wakaf. Strategi ini membentuk pola dakwah pertama, yaitu pola dakwah melalui media (dakwah bil qalam/bil lisan dalam bentuk digital).

Selain itu, upaya membangun komunikasi yang efektif antara tim Wakaf Daarut Tauhiid dengan para muwakif, dengan mencakup dialog terbuka, penyampaian informasi yang jelas,

serta respons cepat terhadap pertanyaan atau umpan balik, mencerminkan pola dakwah kedua, yaitu dakwah bil hal, yang merujuk pada penyampaian dakwah melalui perilaku atau akhlak yang baik kepada sasaran dakwah. Pendekatan ini bertujuan menciptakan hubungan saling percaya dan memperkuat keterlibatan muwakif dalam kegiatan wakaf digital.

Dari sisi efektivitas, penggunaan media digital terbukti sangat efektif dalam mendukung digital funding Wakaf Daarut Tauhiid, tercermin dari total dana yang berhasil dihimpun pada 2023 sebesar Rp18 miliar, yang hampir seluruhnya diperoleh melalui kanal daring. Peningkatan jumlah dana ini menjadi indikator positif atas keberhasilan strategi pemanfaatan media digital dalam membuka akses yang lebih luas kepada calon muwakif. Hal ini turut didukung oleh respons masyarakat yang positif, tercermin dari peningkatan jumlah follower serta interaksi melalui direct message di Instagram yang menunjukkan minat dan partisipasi yang tinggi terhadap program digital funding yang diselenggarakan.

Simpulan

Penelitian ini mengulas pola dakwah Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid dalam melakukan funding melalui media digital (*digital funding*). Melalui metode wawancara, observasi, dan analisis dokumen, peneliti menemukan bahwa Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid menerapkan dua pola dakwah dalam kegiatan digital funding-nya.

Pertama, pola dakwah melalui media, yang tergambar dari strategi tim Wakaf Daarut Tauhiid dalam menekankan konten yang relevan dengan wakaf agar dapat menarik minat masyarakat untuk berwakaf. Strategi ini mencakup penguatan literasi wakaf, konten pemberdayaan aset wakaf, dan penggunaan cerita inspiratif mengenai para muwakif, yang disebarkan melalui platform digital internal, media afiliasi, maupun platform crowdfunding pihak ketiga, guna meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam digital funding.

Kedua, pola dakwah bil hal, yaitu pendekatan komunikasi yang efektif dengan para muwakif sebagai strategi utama untuk membina hubungan yang positif dan harmonis antara lembaga dan muwakif, melalui komunikasi yang terbuka, penuh penghargaan, dan membangun saling percaya, guna memperkuat keterlibatan muwakif dalam kegiatan wakaf.

Kedua pola dakwah ini terbukti efektif, tercermin dari keberhasilan Wakaf Daarut Tauhiid menghimpun dana sekitar Rp18 miliar pada tahun 2023 serta respons positif masyarakat yang tercermin dari peningkatan jumlah follower dan interaksi di media sosial. Meski demikian, tantangan berupa adaptasi SDM terhadap dinamika pasar dan rendahnya literasi wakaf di masyarakat tetap perlu menjadi perhatian Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid ke depannya.

Daftar Pustaka

A, A., & Hanif, M. (2022). CONCEPT AND DEVELOPMENT OF DA'WAH METHODS IN THE ERA OF GLOBALIZATION. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, *4*(2), 49–64. https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v4i2.119

AK, M. F., Darmayani, S., Nendissa, S. J., Arifudin, O., Anggaraeni, F. D., Hidana, R., Marantika, N., Arisah, N., & Ahmad, N. (2021). *PEMBELAJARAN DIGITAL*. Penerbit Widina. https://books.google.co.id/books?id=E4RYEAAAQBAJ

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Husain, A. (2020). Dakwah Islamiyah Dan Tantangannya Di Era Digital. *Al-Munqidz: Jurnal Kajian Keislaman*, *8*(1), 104–118.

Mardani, D. A., & Abduh, M. (2022). Agama dan dakwah digital: Membentuk karisma online melalui personal minning. *IN RIGHT: Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia*, *11*(2), 135–151.

Mardiana, R. (2020). Daya tarik media digital sebagai media dakwah untuk generasi milenial. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, *10*(02), 148–158.

Marwantika, A. I. (2021). Tren kajian dakwah digital di Indonesia: Systematic literature review. *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era*, *1*(1), 249–265.

Masmudin, M. (2018). Dakwah dalam Mewujudkan Interaksi dan Kerukunan Antar Umat Beragama Di Palopo Sulawesi Selatan. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *12*(2), 355–384. https://doi.org/10.24090/komunika.v12i2.1681

Rahmatullah, R., & Putra, B. R. (2020). Digital Fundraising Model of Cash Waqf. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *6*(3), 553–556.

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.