

**ANALISIS PERAN INSTAGRAM BADAN WAKAF INDONESIA (BWI)
(Analysis the Role of Instagram of Badan Wakaf Indonesia (BWI))**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

SALSABILA DISNA ARTANTI

20423197

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

ACC DRAFT SKRIPSI
MENGAJUKAN UJIAN
PENDADARAN PADA
PERIODE INI

JUM'AT 13 JUNI 2025
DOSEN PEMBIMBING

JUNAIDI SAFITRI., S.E.I., M.E.I

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Salsabila Disna Artanti
Nomor Pokok / NIM : 20423197
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2025/2026
Judul Skripsi : Analisis Peran Wakaf Digital melalui Media Sosial pada Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir penelitian bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata kemudian hari penulisan tugas akhir penelitian bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya akan bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 11 Juni 2025

A 1000 Rupiah Indonesian postage stamp is affixed to the document. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERAI TEMPEL', and '4EAMX209637335'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Salsabila Disna Artanti

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiat@uii.ac.id
W. fiat.uui.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 2 Juli 2025
Judul Tugas Akhir : Analisis Peran Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)
Disusun oleh : SALSABILA DISNA ARTANTI
Nomor Mahasiswa : 20423197

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Junaidi Safitri, SEI, MEI
Penguji I : Sofwan Hadikusuma, Lc, ME
Penguji II : Anom Garbo, SEI, ME

Yogyakarta, 2 Juli 2025



Dr. Drg. Asmuni, MA

NOTA DINAS

Yogyakarta, 11 Juni 2025

Hal : Tugas Akhir Penelitian
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam
Indonesia D.I. Yogyakarta

Assalamulaikum Wr.Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1056/Dek/60/DAATI/FIAI/VIII/2024 tanggal 24 Juli 2024 atas tugas kami sebagai pembimbing Tugas Akhir saudara:

Nama : Salsabila Disna Artanti
Nomor Pokok / NIM : 20423197
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2025/2026
Judul Skripsi : Analisis Peran Wakaf Digital melalui Media Sosial pada Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami tetapkan bahwa Tugas Akhir Penelitian saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamulaikum Wr.Wb

Dosen Pembimbing



Junaidi Safitri, SEI., MEI.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Penelitian

Nama Mahasiswa : Salsabila Disna Artanti
NIM : 20423197
Judul Tugas Akhir : Analisis Peran Wakaf Digital melalui Media Sosial pada Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Penelitian pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Juni 2025



Junaidi Safitri, SEI., MEI.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* atas segala nikmat rahmat dan hidayah yang telah memberikan limpahan karunia kesehatan, akal sehat, dan kelancaran keapa penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir Penelitian. Shalawat serta salam senantiasa kita curahkan kepada Nabi Muhammad *shallahu 'alaihi wassalam*, beserta keluarga dan sahabatnya.

Penulis menyatakan dari lubuk hati yang terdalam ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besar dalam perjalanan proses dan penyelesaian Tugas Akhir Perintisan Bisnis kepada:

1. Cinta pertama dan panutanku, Bapak H. Iwan Iswantoyo Faturhman dan Ibu H. Purwanti. Mereka berdua yang telah membesarkan saya dan mendoakan saya penuh kasih dan tulus untuk keselamatan penulis setiap harinya. Mereka tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis dan mendoakan tiada hentinya. Bentuk syukur yang tidak pernah saya lupakan karena telah memberikan pengorbanan hidup, kesetiaan, tanggung jawab mereka untuk keluarga. Kesetiaan dukungan dan doa merekalah yang melancarkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Sangat besar pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis. Ucap syukur yang dan doa kepada mereka agar segala kebaikan yang mereka berikan kepada penulis dapat dibalas oleh Allah sepanjang hidup mereka. Mereka adalah pintu surgaku dan keselamatan duniaku, terima kasih telah memotivasi dan menasihati buah hatimu ini, walaupun pemikiran kita tidak pernah sejalan. Terima kasih telah menjadi kekuatan dan pengingat penulis yang paling hebat dan selalu menjadi tempat pulangku.
2. Nurul Annisa dan Azizah Riska Khairunnisa, teman sebangku sekolah saya sejak di bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang memerikan

kekuatan, dukungan, dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir saya. Tanpa kekuatan mereka penulis tidak tahu akan sampai kapan berstatus mahasiswa. Segala kesulitan dan yang saya alami mereka membantu saya meminjamkan laptop dan memberikan solusi kesulitan peneliti dalam mengerjakan skripsi ini. Mengucapkan banyak terima kasih dan rasa syukur atas kehadiran kalian.

3. Reyhan Mozart Zen dan Akmal Inan Hafid Adli, terima kasih telah membantu dan mendukung saya dalam perihal apapun itu. Kalian adalah teman kuliah yang memberikan partisipasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhirnya. Khususnya kepada partner saya, terima kasih selalu mengajarkan penulis untuk tetap termotivasi dalam hidup dan menjalankan kebaikan dalam setiap berproses.
4. Bapak dosen pembimbing saya Junaidi Safitri, SEI., MEI., saya ucapkan ungkapan rasa syukur dan terima kasih untuk bimbingan selama proses penulisan skripsi ini sampai di titik pencapaian untuk pertama kalinya saya mendapatkan gelar sarjana. Semoga sukses selalu seperti nama bapak setiap sosial media, aamiin paling serius.
5. Terima kasih kepada Liverpool, *club* bola yang saya dukung sejak bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP). Terima kasih telah menjadi hiburan yang penuh suka dan cinta bagi penulis selama mengerjakan skripsinya. Saya bangga menjadi pendukungmu, semangat membara yang terinspirasi dari *club* ini membantu penulis selesai dengan skripsinya dan tahun ini kemenangan kami rayakan dengan meriah karena berhasil meraih trofi *Premier League, You'll Never Walk Alone*.

MOTTO

*“Man Jadda Wa Jada:
Barangsiapa yang bersungguh-sungguh, maka dapatlah ia”*

(Al-Kindi)

“Siapa yang tidak bekerja, maka tidak akan makan”

(Tan Malaka)

“Sebaik-baiknya pertahanan adalah yang dilakukan dengan menyerang”

(Tan Malaka)

“Kita begitu berbeda dalam semua, kecuali dalam cinta”

“Soe Hok Gie”

“Ubag dirimu sendiri, karena kamulah yang memegang kendali itu”

“Mahatma Gandhi”

ABSTRAK

ANALISIS PERAN WAKAF DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL PADA BADAN WAKAF INDONESIA (BWI)

SALSABILA DISNA ARTANTI

20423197

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran wakaf digital melalui media sosial, khususnya pada platform Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI), dalam meningkatkan literasi dan partisipasi masyarakat terhadap konsep wakaf. Latar belakang penelitian didasari oleh transformasi digital yang mempengaruhi cara pengelolaan wakaf di Indonesia, di mana BWI telah mengimplementasikan strategi komunikasi digital untuk mengoptimalkan transparansi, efisiensi, dan kepercayaan publik. Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis dokumen, yang memanfaatkan data sekunder berupa 63 postingan Instagram BWI yang dikumpulkan dari periode Januari hingga Desember 2024. Analisis dilakukan dengan mengacu pada teori framing, terutama berdasarkan empat elemen utama Entman (problem definition, causal interpretation, moral evaluation, dan treatment recommendation), untuk mengidentifikasi cara penyajian pesan wakaf digital melalui tiga pendekatan framing: edukasi, naratif, dan ajakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi framing ajakan mendominasi konten komunikasi BWI, yang efektif mendorong aksi donasi melalui fitur digital seperti QRIS dan tautan donasi, disertai dengan framing edukasi dan naratif untuk membangun pemahaman konseptual dan keterikatan emosional masyarakat. Temuan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi pengelolaan wakaf mampu memperluas jangkauan informasi, meningkatkan transparansi, serta mengoptimalkan partisipasi publik dalam program wakaf. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah upaya peningkatan konten edukasi interaktif, optimalisasi pemanfaatan media sosial, integrasi teknologi digital, serta peningkatan transparansi pengelolaan wakaf. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemangku kebijakan, lembaga wakaf, dan fintech syariah dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif guna mendorong perkembangan wakaf digital di Indonesia.

Kata Kunci : wakaf digital, media sosial, literasi wakaf, dan strategi komunikasi

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE ROLE OF DIGITAL WAQF THROUGH SOCIAL MEDIA AT BADAN WAKAF INDONESIA (BWI)

SALSABILA DISNA ARTANTI

20423197

This study aims to analyze the role of digital waqf through social media, particularly on the Instagram platform of BWI, in increasing public literacy and participation in the concept of waqf. The background of this study is based on the digital transformation that has influenced the management of waqf in Indonesia, where BWI has implemented a digital communication strategy to optimize transparency, efficiency, and public trust. The research method used is descriptive qualitative with a document analysis approach, utilizing secondary data in the form of 63 BWI Instagram posts collected from January to December 2024. The analysis was conducted based on framing theory, particularly the four main elements of Entman's framework (problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and treatment recommendation), to identify how digital waqf messages are presented through three framing approaches: educational, narrative, and call-to-action. The research findings indicate that the call-to-action framing strategy dominates BWI's communication content, effectively encouraging donation actions through digital features such as QRIS and donation links, accompanied by educational and narrative framing to build conceptual understanding and emotional engagement among the public. These findings indicate that the digitalization of waqf management can expand the reach of information, increase transparency, and optimize public participation in waqf programs. The practical implications of this research are efforts to improve interactive educational content, optimize the use of social media, integrate digital technology, and increase transparency in waqf management. The research results are expected to contribute to policymakers, waqf institutions, and Islamic fintech in developing more effective communication strategies to promote the development of digital waqf in Indonesia.

Keywords: *digital wakaf, social media, wakaf literacy, and communication strategies*

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 Th.1987
Nomor : 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis) sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Letkur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha Menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha kearah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas. Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-

Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut sendiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H. B. Jassin, dan 5) Drs, Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya perkembangan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijakan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama secara ilmiah dan rasional.

Pedoman literasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keberagaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku

yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan ejaan yang disempurnakan
2. Huruf Arab yang belum pada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberikan tambahan tanda diakrtikik debgan dasar “satu fenom satu lambing”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumus Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta’marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fenom konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0.1: Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)

ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
َ...َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...أَ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إ...إِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...وُ	Dhammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla قِيلَ - qīla
 رَمَى - ramā يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- Ta marbutah hidup Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.
- Ta marbutah mati Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.
- Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-atfāl
 - raudatul atfāl
 الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-madīnah al-munawwarah
 - al-madīnatul munawwarah
 طَلْحَةَ - talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā	الْحَجَّ	- al-hajj
نَزَّلَ	- nazzala	نُعِمَّ	- nu''ima
الْبِرُّ	- al-birr		

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu لا, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

Tabel 0.5: Kata Sandang

الرَّجُلُ	- ar-rajulu		الْقَلَمُ	- al-qalamu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu		الْبَيْعُ	- al-badi'u

الشمسُ	-as-syamsu	الجلالُ	- al-jalālu
--------	------------	---------	-------------

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzuna	إِنَّ	- inna
النَّوْءُ	- an-nau'	أَمْرْتُ	- umirtu
شَيْءٌ	- syai'un	أَكَلٌ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn Wa innalāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almizān Wa auf al-kaila wal mizān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَاللَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتِطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīla Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital

digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

نَصْرٌ مِنْ ۞ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarib
۞ @ الأَمْرُ جَمِيعًا	Lillahi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an
۞ وَ ۞ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puja dan puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah tugas akhir sebagai skripsi dengan judul “**Analisis Peran Wakaf Digital melalui Media Sosial pada Badan Wakaf Indonesia (BWI)**”. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan alam yaitu nabi dan rasul yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kepada kita yaitu umatnya dari zaman yang penuh kekacauan hingga pada saat ini dan kita selaku umatnya mengharap syafaatnya di hari kelak nantinya. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai syarat kelulusan yakni dengan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Pada penyusunan skripsi ini tidak akan pernah terlepas dari banyaknya bantuan, pertimbangan, dan serta doa yang dilantunkan oleh berbagai pihak baik itu berupa masukan, motivasi, kritikan, dan saran. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak syukur dan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Indonesia, Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. dan seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Dr. Drs. Asmuni, M.A.
3. Ketua Jurusan Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, Soya Sobaya, SEI., MM.

4. Ketua Program Studi Ekonomi Islam Indonesia, Rheyza Virgiawan, Lc., M.E.
5. Dosen pembimbing saya, Junaidi Safitri, SEI., MEI., yang selalu menyempatkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik..
6. Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmunya kepada mahasiswanya, semoga menjadi suatu amal kebaikan.
7. Terima kasih kepada orang tua dan sahabat saya yang saya sayangi selalu memberikan bantuan dukungan, membantu, dan motivasi penulis.
8. Terima kasih kepada partner saya yang telah menemani dalam proses dan merayakan setiap perjuangan yang dilalui oleh penulis.
9. Terima kasih kepada tante Emi Rofaatun selalu membantu saya tempat tinggal dalam menimba ilmu dan keceriaan bagi penulis.
10. Terima kasih kepada psikolog Puskesmas Tegalorejo, membantu saya dalam keterpurukan goyahan mental yang tidak stabil selama menyelesaikan skripsi, meredakan kesedihan saya yang tak terbendung, dan memotivasi saya untuk tetap bertahan hidup karena diri sendiri itu berharga.
11. Terima kasih buku “Catatan Seorang Demonstan” milik Soe Hok Gia, buku “Aksi Masa” dan “Madilog” milik Tan Malaka, buku “50 to 20” milik Henry Manampiring yang telah menjadi hiburan saya dan memaknai kehidupan dengan pesan dan kesan perjalanan hidup dari karya hebat tersebut.
12. Terima kasih untuk peliharaan saya kucing Bernama Komo dan Moza, tak lupa bagi Loli yang hilang, karena mereka ada hiasan dunia bagi saya untuk tetap tersenyum walaupun hati dan pikiran kacau.
13. Terima kasih kepada diri sendiri telah mampu bertahan sampai detik ini.

Dengan penuh kesadaran dan ketulusan hati penulis, memohon maaf jika ada kekecewaan yang masih terpendam, dengan setulus hati penulis memihni maafa atas kekurangan dan kesalahan kepada seluruh pihak diatas. Kesalahan tak mampu untuk terlupakan, tetap akan terukir di dalam ruang waktu yang abadi. Maka dari itu, penulis memohon maaf atas segala kekhilafan tersebut dari hati yang dalam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Dengan demikian, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan mampu menerima kritik agar mampu membangun kesempurnaan pada penelitian. Harapan dengan terbitnya skripsi ini dapat memberikan pengetahuan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Juni 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Salsabila Disna Artanti', written in a cursive style.

Salsabila Disna Artanti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
NOTA DINAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
TRANSLITERASI ARAB – LATIN	x
KATA PENGANTAR.....	xx
DAFTAR ISI	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR TABEL	xxv
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penelitian.....	7
BAB II	9
TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	9
A. Telaah Pustaka.....	9
B. Landasan Teori	27
C. Kerangka Berpikir	39
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN	40
A. Desain Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	42
D. Subjek dan Objek Penelitian	42
E. Fokus Penelitian	43

F. Sumber Data	43
G. Teknik Pengumpulan Data	44
H. Instrumen Penelitian.....	45
I. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
B. Postingan Instagram Lembaga Wakaf Indonesia dari Badan Wakaf Indonesia (BWI)	52
C. Hasil Analisis.....	74
BAB V.....	85
KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	39
Gambar 4. 1 Logo Resmi Badan Wakaf Indonesia.....	49
Gambar 4. 2 Perkembangan Wakaf di Indonesia.....	50
Gambar 4. 3 Profil Instagram Badan Wakaf di Indonesia (BWI).....	51
Gambar 4. 4 Tugas dan Wewenang Badan Wakaf Indonesia (BWI)	52
Gambar 4. 5 Framing Edukasi.....	55
Gambar 4. 6 Framing Edukasi.....	55
Gambar 4. 7 Framing Edukasi.....	56
Gambar 4. 8 Framing Edukasi.....	56
Gambar 4. 9 Framing Naratif	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 10 Framing Naratif	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 11 Caption Framing Naratif.....	58
Gambar 4. 12 Framing Naratif	59
Gambar 4. 13 Framing Ajakan	60
Gambar 4. 14 Framing Ajakan	60
Gambar 4. 15 Diagram Perbandingan Strategi Komunikasi Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) tahun 2024	61
Gambar 4. 16 Gambar Poster Webinar.....	62
Gambar 4. 17 Caption Webinar.....	62
Gambar 4. 18 Poster Acara Tanya Jawab.....	63
Gambar 4. 19 Caption Acara Tanya Jawab	63
Gambar 4. 20 Penyaluran Manfaat.....	66
Gambar 4. 21 Program Wakaf.....	67
Gambar 4. 22 Program Wakaf.....	67
Gambar 4. 23 Berwakaf Menggunakan QRIS	70
Gambar 4. 24 Berwakaf Menggunakan QRIS	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Populasi Umat Beragama di Indonesia.....	2
Tabel 2. 1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. 2 Jenis Wakaf Berdasarkan Objeknya.....	30
Tabel 2. 3 Jenis Wakaf Berdasarkan Peruntukannya.....	30
Tabel 2. 4 Jenis Wakaf Berdasarkan Waktu.....	31
Tabel 2. 5 Wakaf Berdasarkan Penggunaan Harta.....	31
Tabel 2. 6 Perbedaan Wakaf Digital dan Wakaf Manual.....	33
Tabel 3. 1 Perkembangan Wakaf Digital di Indonesia.....	48
Tabel 4. 1 Peran Badan Wakaf di Media Sosial.....	75
Tabel 4. 2 Dominasi setiap Framing.....	78
Tabel 4. 3 Penyajian Pemetaan di Media Sosial Badan Wakaf Indonesia.....	78
Tabel 4. 4 Nilai Keagamaan, Sosial, dan Inovasi Digital Media Sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI).....	82

BAB I

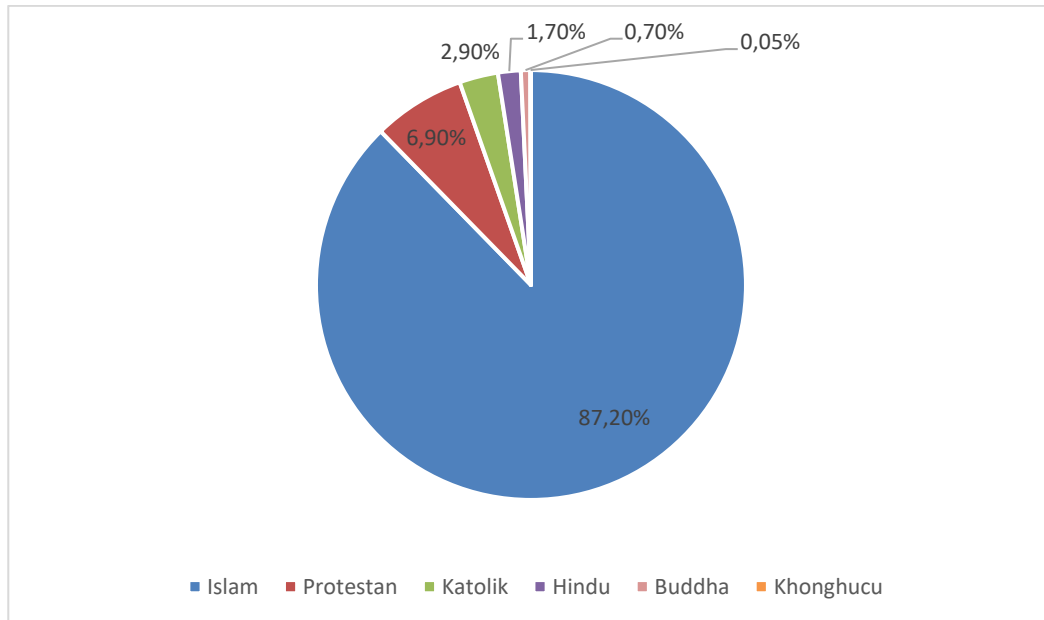
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wakaf merupakan suatu bentuk hubungan sosial dan keuangan yang saat ini pada dasarnya telah mengalami perubahan akibat kemajuan teknologi informasi yang telah menyebar ke seluruh dunia, yang dampaknya dapat mempengaruhi masa wakaf saat ini (Marwal, 2024). Wakaf memberikan banyak manfaat bagi masyarakat untuk mewujudkan amanah kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang, karena wakaf dapat memenuhi keinginan pemberi wakaf (*waqif*) dan penerima wakaf (*nazhir*) (Diniyah Sukma, 2021). Oleh karena itu, seorang wakif selalu ingin untuk menebar kebaikan dan manfaat, sehingga dapat menghentikan peredaran uang yang berhenti beredar dan meningkatkan kestabilan keuangan suatu negara (Diniyah Sukma, 2021).

Perubahan digital yang terus berkembang dan perubahan cara hidup masyarakat mengharuskan organisasi untuk membuat program wakaf yang secara efektif terbuka bagi dua miliar muslim di seluruh dunia (Rahmawati et al., 2021). Indonesia adalah negara dengan populasi muslim yang besar, telah merangkul digitalisasi dalam administrasi wakaf. Sekitar 207 juta orang di Indonesia beragama Islam. Di Indonesia, digitalisasi wakaf dibuat melalui tahap *fintech syariah* dan *crowdfunding*, yang memungkinkan individu untuk secara kuat melakukan wakaf uang tunai. Sehingga, manfaat digitalisasi wakaf lebih terorganisir dengan kontrol pemerintah dan fokus pada administrasi sumber daya properti berbasis digital.

Tabel 1.1
Jumlah Populasi Umat Beragama di Indonesia



Sumber: (BPS, 2024)

Konsep wakaf digital mulai terwujud dengan berkembangnya inovasi canggih yang dapat memberikan peluang luar biasa bagi individu untuk berkontribusi dengan memanfaatkan *platform* daring media sosial. Indonesia merupakan negara berpenduduk mayoritas muslim yang aktif terlibat dalam penciptaan wakaf tingkat lanjut, tetapi dengan pendekatan yang berbeda. Indonesia lebih berfokus pada *crowdfunding* dan *fintech* syariah.

Media sosial telah menjadi ruang yang paling tepat untuk membangun akun seputar wakaf digital, di mana para pendidik wakaf, perusahaan-

perusahaan *fintech* dan para *influencer*. Keuangan Islam berperan aktif dalam menyebarkan informasi. Transformasi digital wakaf di era digitalisasi mencakup pemanfaatan inovasi dan tahapan-tahapan digital untuk mengoptimalkan pengumpulan dukungan wakaf (Rohim et al., 2022). Para *startup fintech*, pengelola wakaf, dan para pemangku kepentingan lainnya secara aktif berpartisipasi dalam proses ini dengan mempromosikan sistem wakaf yang canggih dan berbagi informasi di media sosial (Rohim et al., 2022).

Tahap digitalisasi wakaf di Indonesia direncanakan menggunakan struktur yang dapat meningkatkan keimanan terbuka dan memastikan penggunaan cadangan wakaf secara tepat dan aman (Izzah & Soemitra, 2022). Media sosial di Indonesia juga mencakup pengembangan dalam bentuk wakaf digitalisasi. Para pendidik wakaf di Indonesia secara aktif menggunakan media sosial untuk memberikan instruksi yang komprehensif tentang wakaf, menjelaskan berbagai manfaat yang dapat diperoleh melalui wakaf, meningkatkan kesadaran dan minat terbuka terhadap wakaf, dan mempromosikan kemajuan terbaru dalam wakaf untuk memaksimalkan dampaknya terhadap kesejahteraan sosial (Adinugraha et al., 2024).

Badan Wakaf Indonesia (BWI) secara efektif menggunakan berbagai tahapan media sosial untuk menyebarkan data dan edukasi seputar wakaf. Media sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI) memberikan instruksi tentang konsep dan manfaat wakaf tingkat lanjut dan memajukan kemajuan terkini dalam administrasi pengelolaan wakaf (Board et al., 2024). Untuk mendorong wakaf digital, Badan Wakaf Indonesia (BWI) telah membuat beberapa tahapan online, seperti berkahwakaf.id dan sahabatbwi.com (Rohim et al., 2022). Tahapan-tahapan ini direncanakan untuk memudahkan masyarakat umum berpartisipasi dalam wakaf, mulai dari berdonasi hingga perincian langsung tentang penggunaan cadangan wakaf. Dengan inovasi ini, Badan Wakaf Indonesia (BWI) berupaya untuk memperluas kepercayaan publik dan dukungan masyarakat terhadap wakaf, serta memastikan bahwa cadangan wakaf dimanfaatkan secara optimal untuk

kesejahteraan sosial dan ekonomi. Perkembangan canggih ini memungkinkan Badan Wakaf Indonesia (BWI) untuk menjangkau lebih banyak dermawan potensial dan mengoordinasikan kerangka kerja administrasi wakaf yang lebih efektif dan langsung (Rahmawati et al., 2021).

Framing wakaf digital di Indonesia memiliki beberapa pendekatan terhadap prosedur digitalisasi wakaf mereka (Rafita et al., 2023). Di Indonesia, teknik ini lebih ditekankan pada pengumpulan wakaf yang bebas atau spontan yang difokuskan pada pengembangan wakaf yang bermanfaat. Pemanfaatan simpanan wakaf untuk usaha yang menguntungkan seperti pembangunan kantor kesehatan, pendidikan, dan yayasan yang dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat (Diniyah Sukma, 2021).

Badan Wakaf Indonesia (BWI) secara efektif menggunakan media sosial untuk kecakapan dan sosialisasi wakaf terkomputerisasi, serta menciptakan tahapan-tahapan lanjutan menggunakan Instagram. Media sosial dimanfaatkan untuk menonjolkan terkait uang dan potensi finansial wakaf, menjadikan wakaf digitalisasi lebih dikenal dan diakui oleh masyarakat yang lebih luas (Iqmal et al., 2018). Pendekatan ini tampaknya menunjukkan bagaimana Indonesia memanfaatkan inovasi tingkat lanjut untuk memperkuat dukungan masyarakat dalam wakaf dan mengoptimalkan dampak sosial dan finansial wakaf (Mahmud & Hazizi, 2024).

Konten media sosial dapat mempengaruhi *stakeholder* Badan Wakaf Indonesia (BWI) untuk mempromosikan wakaf digital. Di Indonesia, fokus utama adalah pada kemudahan dan inovasi dalam wakaf digital. Badan Wakaf Indonesia (BWI) secara aktif menggunakan media sosial untuk edukasi dan literasi, menyampaikan informasi yang mudah dipahami dan membentuk partisipasi masyarakat dalam program wakaf (Board et al., 2024).

Fokus wakaf yang paling penting adalah peningkatan dalam pemanfaatan wakaf untuk membangun pusat perbelanjaan komersial, pom bensin, dan bagian keuangan lainnya (Board et al., 2024). Pemerintah harusnya secara efektif menggerakkan wakaf perusahaan sebagai prosedur untuk mengurangi karakteristik ketidakseimbangan keuangan. Selain peningkatan keuangan, wakaf juga memainkan peran penting dalam pengaturan layanan sosial, seperti pengembangan pusat kesehatan dan madrasah berbiaya rendah dan pengaturan pendidikan gratis dan layanan kesehatan (Muis et al., 2023). Masalah-masalah ini dapat memengaruhi pemanfaatan wakaf dan harus ditangani untuk mengoptimalkan potensi wakaf dalam pembangunan ekonomi dan sosial.

Badan Wakaf Indonesia (BWI) telah melakukan transformasi digital dalam pengelolaan wakaf dengan memperkuat unsur-unsur internal, mengintegrasikan data wakaf, dan membangun ekosistem digital yang inovatif (Rohim et al., 2022). Namun, dalam implementasinya, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi. Hambatan sosial berupa rendahnya literasi masyarakat tentang konsep wakaf digital menyebabkan kurangnya pemahaman terhadap mekanisme, manfaat, dan keamanan sistem ini (Anggraini et al., 2024). Untuk mengatasi kendala ini, diperlukan upaya peningkatan literasi publik melalui kampanye edukasi, penguatan regulasi untuk menjamin keamanan transaksi, serta perluasan infrastruktur digital guna memastikan aksesibilitas wakaf digital yang lebih merata.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut terdapat masalah yang harus dikaji kembali. Maka dari itu penelitian ini mengkaji masalah rendahnya literasi wakaf di Indonesia. Dengan mengkaji dari postingan media sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI), peran wakaf digital di media sosial dalam membingkai media sosial untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat agar mudah diterima dan dipahami. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Peran Wakaf Digital melalui Media Sosial pada Badan Wakaf Indonesia (BWI)". Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dalam

mengembangkan wakaf digital di Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam peningkatan literasi wakaf Indonesia melalui media sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka untuk mengetahui pemecahan masalah di lembaga wakaf, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana peran wakaf digital di media sosial pada Badan Wakaf Indonesia (BWI)?
- 2) Bagaimana pemetaan bingkai media sosial pada Media Sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI)?
- 3) Bagaimana wakaf digital dan media sosial dapat menyampaikan pesan nilai keagamaan, sosial, dan inovasi digital Badan Wakaf Indonesia (BWI)?

C. Tujuan Penelitian

- 1) Menganalisis peran wakaf digital di media sosial pada Badan Wakaf Indonesia (BWI).
- 2) Menganalisis pemetaan bingkai media sosial pada Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI).
- 3) Menganalisis wakaf digital dan media sosial dapat menyampaikan pesan nilai keagamaan, sosial, dan inovasi digital Badan Wakaf Indonesia (BWI).

D. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis:

Memberikan kontribusi yang signifikan dalam kajian wacana ekonomi Islam di media sosial terkait wakaf digital. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana media

sosial digunakan sebagai platform untuk mempromosikan dan mengelola wakaf digital.

Peneliti mengkaji secara mendalam konten-konten yang berkaitan dengan wakaf digital di media sosial, mengidentifikasi strategi komunikasi dan konten di Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) yang digunakan oleh berbagai pihak yang terlibat. Penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan metodologi, tetapi juga memberikan wawasan baru tentang dinamika wakaf digital dalam konteks media sosial.

2) Manfaat Praktis:

Memberikan wawasan yang berharga bagi lembaga wakaf, *fintech* syariah, dan pemerintah tentang bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam wakaf digital. Penelitian ini dapat membantu mereka memahami dinamika media sosial memanfaatkan untuk mengedukasi dan menginspirasi masyarakat untuk berkontribusi dalam wakaf digital.

Memberikan masukan berharga untuk strategi komunikasi yang lebih efektif dalam mempromosikan wakaf digital. Penelitian ini dapat mengidentifikasi pendekatan terbaik dan praktik-praktik komunikasi yang berhasil dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran serta partisipasi dalam wakaf digital. Dengan demikian, lembaga wakaf, *fintech* syariah, dan pemerintah dapat mengadopsi strategi yang lebih efisien untuk mencapai tujuan mereka dalam mendukung wakaf digital.

E. Sistematika Penelitian

Uraian tentang pembahasan penelitian yang akan dilakukan dibagi dalam sistematika penulisan yang dirangkum dalam 5 bab yaitu sebagai berikut:

BAB I menjelaskan uraian latar belakang penelitian secara rinci, yang terdiri dari beberapa faktor yang melatarbelakangi timbulnya masalah,

sehingga menjadi dasar perlunya dilakukan penelitian. Rumusan masalah merupakan inti permasalahan yang ingin dipecahkan dalam penelitian. Penelitian yang akan dilakukan didasarkan pada rumusan masalah, tujuan penelitian yang harus sesuai dengan latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian, serta manfaat penelitian berupa manfaat teoritis dan praktis yang diperoleh apabila tujuan penelitian tercapai.

BAB II membahas konsep kajian membahas menyeluruh terhadap jurnal ilmiah yang terdahulu, baik nasional maupun internasional, dilakukan untuk menyediakan dasar teoritis bagi penelitian tersebut. Penelitian yang ada ditinjau sebagai landasan ilmiahnya yang akan dipergunakan untuk dasar penelitian yang kuat dan kerangka konseptual atau kerangka berpikir yang akan mendasari penelitian juga ditinjau.

BAB III menjelaskan desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV menyajikan temuan penelitian tentang hubungan antara variabel penelitian yang diperoleh dari data permasalahan. Pembahasan selanjutnya akan membahas penyelesaian permasalahan tersebut sesuai dengan metodologi penelitian yang telah ditetapkan, diikuti dengan analisis menyeluruh tentang hasil yang diperoleh dari penerapan metodologi tersebut.

BAB V menyajikan sebuah kesimpulan dalam bentuk pernyataan singkat dan akurat yang diperoleh dari hasil pembahasan sangatlah penting. Simpulan yang memuaskan dari membahas masalah dan tujuan penelitian. Saran disampaikan sebagai rekomendasi untuk kepentingan penelitian, pengembangan, atau perbaikan lebih lanjut yang ditujukan kepada pihak terkait.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Telaah Pustaka digunakan untuk mencari, pengumpulan, pemeriksaan, dan analisis berbagai tulisan dan sumber data yang signifikan terhadap usulan penyelidikan tentang suatu hal. Melakukan penelitian yang lebih mendalam, penulis memiliki beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tema yang hampir sama. Penulis melakukan survei penulisan tentang pemikiran masa lalu yang signifikan terhadap penelitian saat ini. Penulisan ini akan mencakup konsep-konsep utama yang mendukung penelitian, serta hasil dari penelitian masa lalu yang relevan. Hal ini sering dilakukan untuk memberikan pemeriksaan yang lebih mendalam terhadap pertanyaan yang akan dipertimbangkan oleh penulis. Pemikiran tentang mereka yang telah disurvei adalah sebagai berikut:

Penelitian yang ditulis oleh Rohim, Priyatno, dan Sari (2022), dengan judul "*Transformation of Waqf Management in The Digital Era: A Meta Synthesis Study*". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui berkembangnya era digital, pengelolaan wakaf mengalami transformasi signifikan melalui pemanfaatan teknologi informasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi wakaf berkontribusi dalam meningkatkan aksesibilitas, transparansi, dan partisipasi publik dalam kegiatan perwakafan. Penelitian ini menggunakan digitalisasi wakaf mengacu pada penerapan teknologi digital dalam pengelolaan dan administrasi wakaf. Ini bisa mencakup penggunaan platform online untuk pengumpulan dan penyaluran dana wakaf, sistem informasi manajemen wakaf yang terkomputerisasi, penggunaan media sosial untuk kampanye wakaf, dan lain sebagainya.

Penelitian yang ditulis oleh Adinugraha, Shulthoni, dan Sain (2024) berjudul "*Transformation of Cash Waqf Management in Indonesia: Insights*

into the Development of Digitalization" membahas tentang wakaf secara mendalam yang mendalam tentang betapa pentingnya mengubah pengelolaan wakaf uang di Indonesia melalui platform digitalisasi. Penelitian mendalam tentang pentingnya perubahan pengelolaan wakaf uang di Indonesia dapat mendukung pengembangan keuangan dan kesejahteraan masyarakat. Inovasi memberikan solusi untuk meningkatkan percepatan pertumbuhan aset wakaf dan manfaat wakaf untuk kesejahteraan masyarakat, meningkatkan pengetahuan, dan kesadaran masyarakat umum untuk mengetahui wakaf uang. Menurut penelitian ini hambatannya terletak di kualitas sumber daya manusia yang kurang profesional, maka membutuhkan koneksi antar manusia untuk memperkuat pengembangan wakaf uang, melakukan sosialisasi agar masyarakat umum dapat teredukasi.

Penelitian yang ditulis oleh Aziz (2017), dengan judul "Peran Badan Wakaf Indonesia (BWI) Dalam Mengembangkan Prospek Wakaf Uang Di Indonesia". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam penyelenggaraan wakaf uang di Indonesia belum optimal, dan perlu dikembangkan lebih lanjut arahan bagi nazhir, yaitu orang pribadi dan badan hukum yang dipercayakan untuk menjadi nazhir wakaf uang. Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia nazhir, diperlukan pengaturan yang lebih tegas dan terarah. Hal ini harus melibatkan mitra bisnis utama yang bergerak di bidang jasa keuangan, khususnya yang berbasis syariah, seperti bank, koperasi, dan Baitul Maal wal Tamwil (BMT), sebagai bagian dari strategi untuk memajukan dan menyebarluaskan wakaf uang yang digagas Badan Wakaf Indonesia (BWI).

Penelitian yang ditulis oleh Rahmawati, Thamrin, Guntoro, dan Kurnialis (2021), dengan judul "Transformasi Digital Wakaf BWI dalam Menghimpun Wakaf di Era Digitalisasi". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Badan Wakaf Indonesia (BWI) telah menerapkan strategi digitalisasi dalam tiga tahap: digitalisasi internal Badan Wakaf Indonesia (BWI), penguatan digitalisasi nasional, dan integrasi data wakaf nasional. Studi ini menguraikan proses penerapan teknologi digital dalam operasional

internal Badan Wakaf Indonesia (BWI). Tujuan dari inisiatif ini adalah untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan akuntabilitas Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam kapasitasnya sebagai lembaga pengaturan dan pengawasan wakaf di Indonesia. Digitalisasi Badan Wakaf Indonesia (BWI) membuat layanan digital berkahwakaf.id, media sosial sahabatbwi.com, dan layanan *e-services* untuk pendaftaran nazhir. Integrasi data wakaf dan pengumpulan digital wakaf menggunakan laporan yang lebih kredibel dan dapat dipercaya. Badan Wakaf Indonesia (BWI) menguatkan ekosistem digital mereka dengan mengembangkan inovasi pengelolaan wakaf digital agar berdampak positif bagi perekonomian nasional.

Penelitian yang ditulis oleh Rahma, Najib, dan Saptono (2021), dengan judul “Analisis Intensi Wakif Gen Y dalam Gerakan Digital Berwakaf Uang atau Melalui Uang di Indonesia”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik wakif generasi Y dalam berwakaf dan faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan mereka dalam menggunakan inovasi cicilan untuk pengembangan wakaf uang dan wakaf tunai di Indonesia. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan secara subyektif melalui pemeriksaan yang jelas dan secara kuantitatif melalui analisis SEM yang melibatkan 160 wakif generasi Y. Media sosial telah terbukti memiliki potensi besar dalam meningkatkan literasi wakaf di masyarakat, dengan Instagram dan WhatsApp menjadi sumber data yang paling terbuka. Melalui siaran atau pesan grup, informasi terkait wakaf dapat dengan mudah menyebar melalui media sosial. Hasil penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya inovasi cicilan dalam memajukan pengembangan wakaf uang di kalangan Generasi Y di Indonesia.

Penelitian yang ditulis oleh Güran dan Özarlan (2022), dengan judul “*Framing Theory in the Age of Social Media*”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui platform media sosial memberdayakan pengguna untuk memilih, menekankan, dan menyebarkan informasi terkait wakaf digital, sehingga memengaruhi cara individu memahami konsep wakaf modern dan terlibat dalam donasi digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media

sosial menumbuhkan ekosistem hibrida, yang mengintegrasikan media tradisional dan platform digital untuk menyebarkan narasi wakaf. Digitalisasi merupakan proses yang menggabungkan berbagai platform media sosial, menjadi contoh integrasi ini. Analisis pembedaan adalah pendekatan metodologis yang sangat sesuai untuk menyelidiki komunikasi media sosial yang rumit di mana media sosial itu sendiri adalah media yang berlaku. Analisis framing memberikan gambaran ringkas tentang gerakan sosial, memfasilitasi analisis isu-isu yang muncul Dampak positif yang semakin cepat dari interaksi online pada institusi sosial, politik, dan komersial merupakan fenomena penting dalam proses komunikasi yang dinamis dalam kehidupan.

Penelitian yang ditulis oleh Aichner dan Jacob (2015), dengan judul "*Measuring the degree of corporate social media use*". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mengevaluasi penggunaan media sosial oleh perusahaan dan sejauh mana mereka memanfaatkan potensinya. Evaluasi dilakukan dengan mengukur penggunaan media sosial sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, serta memperhitungkan interaksi mereka dengan media sosial dan tanggapan dari klien terkait. Tingkat pemanfaatan media sosial oleh perusahaan dapat berpengaruh pada keberhasilan mereka. Para perusahaan dan analis periklanan akan menganalisis dan membandingkan merek, pesaing, atau perusahaan tertentu dengan merek lainnya dalam industri. Tingkat pemanfaatan media sosial ini dapat digunakan sebagai indikator penting yang harus dikombinasikan dengan pengukuran media sosial lainnya untuk mengambil kesimpulan yang lebih baik mengenai perluasan atau peningkatan penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran.

Penelitian yang ditulis oleh Sulistiani, Mulyadi, dan Gumilar (2021), dengan judul "Literasi Wakaf Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Berwakaf Pada Masa Pandemi Covid-19". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui wakaf di Indonesia, ada rendahnya literasi wakaf dan diperlukan upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat

terutama selama pandemi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode hukum normatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari sumber hukum primer dan sekunder. Temuan penelitian menunjukkan pentingnya media sosial, terutama Instagram, dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang wakaf. Instagram memiliki kemampuan untuk memfasilitasi akses cepat dan mudah ke informasi terkait wakaf, dan telah menjadi platform utama untuk mempromosikan literasi wakaf di kalangan milenial. Konten yang informatif, kreatif, dan inovatif juga menjadi faktor kunci dalam menarik minat generasi milenial untuk belajar lebih banyak tentang wakaf uang.

Penelitian yang ditulis oleh Amaliyah, Maslahah, Leviansyah, Pramuja, dan Rahmawati (2022), dengan judul “Wakaf Uang Digital : Transformasi dan Implementasi di Indonesia”. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti fenomena digitalisasi yang pesat. Transformasi wakaf uang berbasis digital dapat cepat diimplementasikan setiap lembaga wakaf. Maka dari itu tujuan penelitiannya adalah untuk menyelidiki evolusi dan pelaksanaan penerapan wakaf uang digital di Indonesia. Munculnya kemajuan teknologi dan transformasi digital telah berperan penting dalam mendorong evolusi wakaf tunai. Menanggapi perkembangan ini, banyak lembaga telah muncul, berusaha untuk menciptakan platform atau lembaga wakaf tunai berbasis digital. Entitas-entitas ini memanfaatkan teknologi dan internet untuk menawarkan kemudahan bagi wakif. Platform-platform ini memanfaatkan berbagai teknologi, termasuk media sosial, situs web, dan aplikasi seluler, untuk memfasilitasi kontribusi wakaf

Penelitian yang ditulis oleh Nadya, Nurhalim, dan Irfany (2023), dengan judul “*Marketing Mix Strategy in Waqf Online Fundraising Platform: An Importance Performance Analysis*”. Penelitian ini berupaya merumuskan strategi pemasaran untuk platform penggalangan dana wakaf daring menggunakan *Importance Performance Analysis*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara potensi dan nilai wakaf yang terealisasi pada platform ini, serta demografinya. Hal ini

menunjukkan bahwa kinerja platform tersebut belum mencapai nilai yang diharapkan oleh responden. Tiga atribut bauran pemasaran berikut pada platform wakaf daring IPB yang paling membutuhkan perhatian: promosi media sosial, promosi media massa, dan integrasi dengan platform penggalangan dana lainnya.

Penelitian yang ditulis oleh Sitompul dan Lubis (2023), dengan judul “Optimalisasi Pemberdayaan Literasi Wakaf Berbasis Kontent Digital *Society 5.0*”. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap wakaf dapat dipengaruhi oleh faktor pengetahuan dan tingkat religiusitas yang dimiliki oleh masing-masing individu. Literasi terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat muslim dalam berwakaf uang. Artinya, peningkatan variabel literasi akan berakibat pada peningkatan minat masyarakat muslim dalam berwakaf uang. Tujuan dari penelitian ini ada dua, yaitu untuk menjelaskan bagaimana inisiatif literasi wakaf dapat meningkatkan kesadaran para donatur wakaf terhadap wakaf melalui konten masyarakat digital 5.0 dan untuk mengeksplorasi peran literasi dalam memfasilitasi keterlibatan masyarakat muslim dalam wakaf. Menjelaskan kemudahan, pengetahuan, dan kemampuan untuk mengajak para donatur wakaf untuk berwakaf. Salah satu konsep dasar yang mendasari lingkungan kerja. Hasil dari penelitian ini adalah peningkatan literasi wakaf melalui konten digital di masyarakat akan berdampak positif terhadap kesadaran masyarakat terhadap wakaf uang.

Penelitian yang ditulis oleh Nuradi, Huda, dan Khatimah (2024), dengan judul “Inovasi Wakaf di Era Digital dalam Mengoptimalkan Potensi untuk Pembangunan Berkelanjutan di Negeri Berkembang”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti potensi inovasi wakaf digital di Indonesia, dengan fokus pada pembangunan berkelanjutan. Inovasi wakaf digital seperti *crowdfunding*, teknologi blockchain, dan aplikasi seluler dapat meningkatkan pengelolaan wakaf dengan meningkatkan efisiensi, akuntabilitas, dan aksesibilitas. Teknologi ini dapat memperluas penggalangan dana wakaf, meningkatkan transparansi, dan memungkinkan

partisipasi publik. Beberapa tantangan yang harus diatasi, termasuk perlunya peningkatan literasi digital, kepercayaan publik terhadap pengelolaan wakaf digital, dan penyelarasan kerangka regulasi dengan teknologi digital. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi para pemangku kepentingan di negara-negara berkembang, khususnya di Indonesia, untuk secara efektif memanfaatkan inovasi wakaf digital untuk inisiatif pembangunan berkelanjutan.

Penelitian yang ditulis oleh Quddus, Manoarfa, dan Utami (2022), dengan judul “Masalah dan Solusi Penghimpunan Wakaf Tunai di Indonesia: Pendekatan *Analytical Hierarchy Process*”. Penelitian ini menggunakan aspek regulator, pengelola, promosi, program, dan masyarakat dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menyimpulkan prioritas penghimpunan wakaf tunai Indonesia, untuk mencari solusi dari masalah yang dapat menghambat penghimpunan wakaf tunai di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga di Indonesia belum melakukan digitalisasi dalam proses menghimpun wakaf tunai, masalah utama terdapat dikeahlian nazhir yang harus ditingkatkan dan menguatkan regulasi karena digitalisasi dapat meningkatkan kualitas dari profesionalnya seorang nazhir.

Erving Goffman (1974) memperkenalkan konsep analisis bingkai, di mana individu menerjemahkan pengalaman mereka melalui kerangka kognitif yang dipengaruhi oleh budaya dan interaksi sosial. Goffman menekankan bahwa bingkai ini merupakan definisi budaya tentang realitas yang memandu pemahaman terhadap peristiwa sehari-hari. Konsep framing Goffman relevan dengan media digital, terutama dalam pemanfaatan narasi dan gambar dalam platform seperti Instagram. Penelitian telah menunjukkan bahwa bingkai tetap menjadi instrumen penting dalam menganalisis pembentukan makna dalam media sosial. Memahami kerangka interpretasi ini krusial untuk memahami bagaimana konten edukasi di Instagram dibingkai, memastikan audiens menerima pesan sesuai dengan konteks budaya dan nilai yang diungkapkan.

Framing dalam komunikasi massa, menurut Robert M. Entman, adalah proses pemilihan dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas dalam teks komunikasi untuk membentuk definisi masalah, mengidentifikasi penyebab, menawarkan penilaian moral, dan menyarankan solusi. Dalam media kontemporer, framing terlihat dalam pemilihan kata kunci, frasa, atau gambar yang menekankan informasi penting. Studi framing pada konten digital secara metodis menganalisis elemen-elemen yang disorot dalam teks dan visual postingan untuk memahami pesan yang disampaikan. Teori Entman menjadi bahan penting dalam menganalisis unggahan Instagram edukasi, seperti yang dilakukan oleh organisasi Badan Wakaf Indonesia (BWI) dengan memeriksa aspek-aspek dari caption, tagar, atau gambar yang dipilih yang membantu mengidentifikasi bingkai yang digunakan untuk menyampaikan pesan pendidikan.

Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Qadri (2020), dengan judul “Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik”. Penelitian ini mengkaji dampak sosial, politik, dan ekonomi dari penggunaan media sosial yang mempermudah mencari informasi dan interaksi yang luas di masyarakat. Penelitian ini juga meneliti sisi negatif dari media sosial seperti penyebaran hoaks, isu SARA, dan opini yang menggiring perpecahan sosial di online. Temuan ini relevan dengan penelitian peneliti karena mengungkap media sosial sebagai alat edukasi masyarakat dan membangun literasi wakaf agar kepercayaan masyarakat terhadap sistem wakaf digital juga terbentuk. Perancangan strategi komunikasi yang efektif bagi nazhir untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam wakaf digital.

Penelitian yang ditulis oleh Rizki Dwi Anggraini, Nur Diana Dewi, dan Muhammad Rofiq (2024), dengan judul “Optimalisasi Potensi Wakaf di Indonesia: Tantangan dan Peran Digitalisasi dalam Penguatan Manfaat Wakaf bagi Masyarakat”. Penelitian ini membahas potensi wakaf yang ada di Indonesia, tantangan dalam mengelola wakaf, dan peran digitalisasi dalam meningkatkan wakaf bagi masyarakat luas. Wakaf digital dalam

penelitian ini berperan dalam meningkatkan transparansi dalam pengelolaan wakaf kepada masyarakat luas. Tantangan dalam mengelola wakaf yaitu literasi yang rendah, nazhir yang kurang kompeten, dan regulasi yang belum optimal.

Framing dalam komunikasi massa, menurut Robert M. Entman, adalah proses pemilihan dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas dalam teks komunikasi untuk membentuk definisi masalah, mengidentifikasi penyebab, menawarkan penilaian moral, dan menyarankan solusi. Dalam media kontemporer, framing terlihat dalam pemilihan kata kunci, frasa, atau gambar yang menekankan informasi penting. Studi framing pada konten digital secara metodis menganalisis elemen-elemen yang disorot dalam teks dan visual postingan untuk memahami pesan yang disampaikan. Teori Entman menjadi bahan penting sebagai dasar konseptual dalam menganalisis unggahan Instagram edukasi, seperti yang dilakukan oleh organisasi Badan Wakaf Indonesia (BWI) dengan memeriksa aspek-aspek dari caption, tagar, atau gambar yang dipilih yang membantu mengidentifikasi bingkai yang digunakan untuk menyampaikan pesan pendidikan.

Tabel 2.1
Teori dari Entman (1993) dan Goffman (1974) sebagai Dasar Konseptual

No.	Jenis Framing	Teori Dasar
	Framing Edukasi	Informasi dasar tentang wakaf, prosedur berwakaf, dan manfaat wakaf.
	Framing Naratif	Wacana inspiratif, dokumentasi kegiatan, dan narasi visual.
	Framing Ajakan	Permintaan donasi, kampanye digital, dan <i>barcode</i> QRIS

Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Qadri (2020), dengan judul “Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik”. Penelitian ini mengkaji dampak sosial, politik, dan ekonomi dari penggunaan media sosial yang mempermudah mencari informasi dan interaksi yang luas di masyarakat.

Penelitian ini juga meneliti sisi negatif dari media sosial seperti penyebaran hoaks, isu SARA, dan opini yang menggiring perpecahan sosial di online. Temuan ini relevan dengan penelitian peneliti karena mengungkap media sosial sebagai alat edukasi masyarakat dan membangun literasi wakaf agar kepercayaan masyarakat terhadap sistem wakaf digital juga terbentuk. Perancangan strategi komunikasi yang efektif bagi nazhir untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam wakaf digital.

Penelitian yang ditulis oleh Rizki Dwi Anggraini, Nur Diana Dewi, dan Muhammad Rofiq (2024), dengan judul “Optimalisasi Potensi Wakaf di Indonesia: Tantangan dan Peran Digitalisasi dalam Penguatan Manfaat Wakaf bagi Masyarakat”. Penelitian ini membahas potensi wakaf yang ada di Indonesia, tantangan dalam mengelola wakaf, dan peran digitalisasi dalam meningkatkan wakaf bagi masyarakat luas. Wakaf digital dalam penelitian ini berperan dalam meningkatkan transparansi dalam pengelolaan wakaf kepada masyarakat luas. Tantangan dalam mengelola wakaf yaitu literasi yang rendah, nazhir yang kurang kompeten, dan regulasi yang belum optimal.

Tabel 2.1

Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul (tahun), Penerbit, Metode Penelitian	Teori Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian sekarang	Persamaan dengan Penelitian Sekarang
1.	Ade Nur Rohim, Prima Dwi Priyatno, dan Lili Puspita Sari, <i>Transformation of Waqf Management in The Digital Era: A Meta Synthesis Study</i> (2022), Al-	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Fokus pada sintesis literatur, bukan analisis konten media sosial aktual.	Memperkuat praktik digitalisasi wakaf melalui sosial media dalam strategi komunikasi lembaga wakaf BWI dan memanfaatkan media sosial sebagai alat mengedukasi masyarakat untuk

	<i>Falah: Journal of Islamic Economics, kualitatif.</i>			menghimpun wakaf di BWI.
2.	Hendri Hermawan Adinugraha, Muhammad Shulthoni, dan Zohaib Hassan Sain, <i>Transformation of cash waqf management in Indonesia: Insights into the development of digitalization (2024), Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship (RISFE), kualitatif metode library research.</i>	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Menekankan urgensi digitalisasi wakaf, tidak mengkaji framing konten.	Urgensi transformasi digital dalam wakaf uang dengan proses digitalisasi yang dipublikasikan melalui media sosial oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI). Upaya ini bertujuan untuk memperkuat pendekatan digital, mengoptimalkan komunikasi strategis, serta meningkatkan edukasi publik guna memperkuat ekosistem wakaf digital di Indonesia.
3.	M. Aziz, Peran Badan Wakaf Indonesia (BWI) Dalam Mengembangkan Prospek Wakaf Uang Di	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Fokus pada prospek wakaf uang, tidak ada sampai strategi framing.	Mengimplementasikan dan mengeksplorasi secara empiris rekomendasi penelitian terkait framing Instagram BWI, dengan

	Indonesia (2017), Jurnal Ekonomi Syariah (JES), kualitatif metode studi kepustakaan.			membangun landasan kebijakan guna menelaah praktik komunikasi dalam era digital.
4.	Rizki Dwi Anggraini, Nur Diana Dewi, dan Muhammad Rofiq, Optimalisasi Potensi Wakaf di Indonesia: Tantangan dan Peran Digitalisasi dalam Penguatan Manfaat Wakaf bagi Masyarakat (2024), <i>Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)</i> , penelitian kualitatif dengan metode studi literatur.	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Menyoroti tantangan digitalisasi, namun tidak menganalisis konten media sosial.	Memiliki tantangan yang sama dengan penelitian peneliti agar para wakif mudah berpartisipasi dalam berwakaf dengan memanfaatkan penggunaan layanan digital supaya pengumpulan dana wakaf dapat meningkat dan berdampak pada peningkatan penyaluran bantuan ke masyarakat.
5.	Rahmawati, Husni Thamrin, Satriak Guntoro,	Strategi Komunikasi dan Konten	Mengkaji transformasi digital BWI,	Mengkaji implementasi penguatan digitalisasi

	dan Sri Kurnialis, Transformasi Digital Wakaf BWI dalam Menghimpun Wakaf di Era Digitalisasi (2021), Jurnal <i>Tabarru' : Islamic Banking and Finance</i> , metode penelitian kepustakaan.	Instagram Lembaga Wakaf.	namun tidak mengelompokkan jenis framing.	internal, penerapan digitalisasi dalam membentuk framing, dan mengkomunikasikan elemen visual dalam membingkai BWI sebagai lembaga yang terbuka dan tepercaya.
6.	M. Salih GÜRAN dan Hüseyin ÖZARSLAN, <i>Framing Theory in the Age of Social Media</i> (2022), <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi</i> , kualitatif.	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Teoritis belum diterapkan pada kasus wakaf digital Indonesia.	Teori dan metodologi yang digunakan dalam penelitian milik peneliti untuk memahami mekanisme framing di platform digital, menjabarkan kategori framing digunakan.
7.	Thomas Aicher dan Frank H. Jacob, <i>Measuring the</i>	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram	Fokus pada korporasi bukan kepada lembaga keagamaan atau	Penelitian ini memberikan metodologi dalam intensitas dan

	<i>Degree of Corporate Social Media Use</i> (2015), <i>International Journal of Market Research</i> , pendekatan deskriptif.	Lembaga Wakaf.	wakaf.	efektivitas penggunaan Instagram.
8.	Siska Lis Sulistian, Deden Mulyadi, dan Agi Sukma Gumilar, Literasi Wakaf Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Berwakaf Pada Masa Pandemi Covid-19 (2021), <i>Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam</i> , penelitian kualitatif.	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Menyoroti literasi wakaf, namun tidak menggunakan teori framing secara eksplisit.	Penelitian ini digunakan sebagai landasan teoritis dan metodologis untuk memvalidasi pentingnya integrasi visual–teks di Instagram dan menggunakan temuan immersive storytelling menjadi kerangka framing yang lebih luas dalam konteks kampanye digital BWI.
9.	Muhammad Qadri, Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga	Menjelaskan opini public tanpa mengkaji struktur framing sosial media.	Penelitian ini menyoroti penggunaan media sosial untuk meningkatkan

	Opini Publik (2020), <i>Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara, library research.</i>	Wakaf.		kesadaran audiens dalam mempromosikan wakaf digital dan untuk memahami media sosial untuk meningkatkan literasi masyarakat umum.
10.	Nabilatul Amaliyah, Maslahah, M. Rizal Leviansyah, Moch. Wahyu Pramuja, dan Lilik Rahmawati, Wakaf Uang Digital : Transformasi dan Implementasi di Indonesia (2022), Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Fokus pada transformasi wakaf uang tanpa mengelaborasi konten visual.	Mengaplikasikan temuan konseptual dengan memeriksa detail framing di media sosial BWI, sehingga kedua penelitian ini saling melengkapi digitalisasi wakaf uang diperlukan dan lembaga menginformasikan kepada audins melalui sosial media dengan visual dan naratif.
11.	Vitriara Ahsana Nadya, Asep	Strategi Komunikasi	Fokus pada strategi marketing	Mengeksplorasi analisis framing media

	Nurhalim, dan Mohammad Iqbal Irfany, <i>Marketing Mix Strategy in Waqf Online Fundraising Platform: An Importance-Performance Analysis (2023)</i> , <i>Al-Muzara'ah</i> , kuantitatif deskriptif.	dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	di online tanpa meneliti framing.	sosial BWI dengan mendalam
12.	Risna Hairani Sitompul dan Rini Hayati Lubis, <i>Optimalisasi Pemberdayaan Literasi Wakaf Berbasis Kontent Digital Society 5.0 (2023)</i> , <i>JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management</i> , kualitatif deskriptif.	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Menelaah literasi digital namun tidak mengelompokkan konten framing.	Memberikan edukasi kepada audiens tentang mekanisme, manfaat, dan tata cara wakaf digital dan menelaah konten digital Instagram BWI untuk menciptakan strategi komunikasi yang lebih inovatif dan efisien, sehingga masyarakat memahami konsep wakaf secara lebih mendalam dan meningkatkan partisipasi masyarakat untuk berwakaf.

13.	Nuradi, Nurul Huda, dan Husnul Khatimah, Inovasi Wakaf di Era Digital dalam Mengoptimalkan Potensi untuk Pembangunan Berkelanjutan di Negeri Berkembang (2024), Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, penelitian pustaka pendekatan kualitatif.	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Menekankan inovasi digital, tidak fokus pada strategi komunikasi visual.	Landasan konseptual tentang inovasi digital untuk pembangunan berkelanjutan, menyoroti bahwa inovasi digital dapat memperluas jangkauan fundraising dan menumbuhkan partisipasi publik, dan pentingnya meningkatkan literasi digital.
14.	Meutia Rahma, Mukhamad Najib, dan Imam Teguh Saptono, Analisis Intensi Wakif Gen Y dalam Gerakan Digital Berwakaf Uang atau Melalui Uang di Indonesia (2021), Jurnal Aplikasi	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Fokus pada intensi wakif Gen Y, bukan menganalisis konten media sosial.	Elemen visual dan caption dalam media sosial BWI dikembangkan untuk mempermudah wakif dari Generasi Y dalam berwakaf melalui platform BWI. Selain itu, strategi komunikasi ini bertujuan untuk membentuk kebiasaan positif dalam

	Manajemen dan Bisnis, metode kuantitatif dan kualitatif.			berwakaf, sehingga dapat berkontribusi dalam penanaman norma sosial di kalangan jaringan Gen Y.
15.	Muhammad Fathrul Quddus, Hilda Manoarfa, dan Suci Aprilliani Utami, Masalah dan Solusi Penghimpunan Wakaf Tunai di Indonesia: Pendekatan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (2022), Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, metode kuantitatif deskriptif.	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Menganalisis tantangan wakaf, belum mengkaji framing konten Instagram.	Analisis terhadap tantangan dalam implementasi wakaf digital serta strategi Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai media untuk mengatasi kesenjangan tersebut melalui konten edukatif dan informatif.
16.	Erving Goffman, <i>Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience</i> (1974), Harvard	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Konseptual media sosial, belum diterapkan pada media sosial wakaf.	Buku ini menjelaskan kerangka atau framing dalam mengelola pengalaman dan penilaian manusia dari cara berinteraksi

	University Press.			didalam lingkungan bersosial.
17.	Robert M. Entman, <i>Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm</i> (1993), Journal of Communication.	Strategi Komunikasi dan Konten Instagram Lembaga Wakaf.	Menjadi dasar framing, namun belum digunakan dalam konteks wakaf digital Indonesia.	Menghasilkan fungsi utama framing yaitu permasalahan, menduga penyebab masalah, menyimpulkan masalah, dan solusi yang harus ditonjolkan dalam media informasi tersebut.

B. Landasan Teori

1. Wakaf

Salah satu amal ibadah Islam yang bernilai sosial dan finansial adalah wakaf. Berbuat baik kepada diri sendiri dan Allah SWT dan niatkan diri untuk membantu memperbaiki kehidupan masyarakat dalam jangka panjang, menunaikan wakaf mendorong umat Islam untuk menyumbangkan sebagian uang mereka untuk tujuan amal dan tujuan keagamaan (Aziz, 2017). Wakaf merupakan tindakan menahan kepemilikan harta benda dan memberikan manfaatnya untuk tujuan-tujuan besar di jalan Allah SWT.

Wakaf berasal dari kata bahasa Arab "*waqafa*" yang berarti "menahan" atau "menghentikan". Maksud dari kata "menahan" dalam wakaf berarti menahan hak kepemilikan atas properti tersebut agar tidak dijual, diberikan, atau diwariskan. Sumber daya wakaf dapat digunakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan saat wakaf dilakukan. Hukum wakaf dalam Islam adalah sunnah muakad, yang merupakan sunnah yang sangat dianjurkan. Umumnya, wakaf dianggap sebagai amal yang tidak pernah berhenti dan pahalanya terus mengalir, bahkan setelah orang yang memberikan hartanya meninggal.

Landasan wakaf dalam Al-Qur'an tidak langsung disebutkan, namun telah disebutkan dan ditafsirkan di beberapa ayat sebagai dasar hukum wakaf. Surah Ali-Imran ayat 92 mentafsirkan kisah Abu Thalhan yang mewakafkan kebun kesayangannya namanya Bairuha. Kisah ini memberikan pemahaman bahwa wakaf baiknya dilakukan dengan harta yang paling dicintai. Ayatnya sebagai berikut :

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Artinya : “Kamu sekali-kali tidak akan memperoleh kebajikan (yang sempurna) sebelum kamu menginfakkan sebagian harta yang kamu cintai. Apa pun yang kamu infakkan, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui tentangnya.”

Surah Al-Baqarah ayat 261 menjelaskan tentang arti tersirat tentang berwakaf menggunakan harta benda yang kita miliki. Memberikan gambaran tentang ganjaran atau imbalan yang akan kita dapatkan jika berinfaq kepada Allah SWT. Jika kita melakukannya maka harta tersebut akan digantikan berlipat ganda pahala dari Allah. Berikut bunyi surah Al-Baqarah ayat 261:

مَثَلُ الَّذِي يَنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ ۞ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ
سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ ۞ ۞ يُضْعَفُ لِمَنْ يَشَاءُ ۞ ۞
وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya : “Perumpamaan orang-orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah adalah seperti (orang-orang yang menabur) sebutir biji (benih) yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan (pahala) bagi siapa yang Dia kehendaki. Allah Mahaluas lagi Maha Mengetahui.”

Surah Al-Hajj ayat 77 juga memberikan anjuran kepada umat muslim untuk selalu berbuat kebaikan agar beruntung di dunia dan di akhirat. Tujuan dari wakaf adalah berbuat kebaikan untuk orang lain, membantu orang lain dengan harta yang kita miliki, dan harta yang kita infakkan dapat memberikan dampak positif bagi yang menerimanya. Berikut adalah bunyi surah Al-Hajj ayat 77 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ
وَافْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٧٧﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, rukuklah, sujudlah, sembahlah Tuhanmu, dan lakukanlah kebaikan agar kamu beruntung.”

Hukum wakaf di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf dan Kompilasi Hukum Islam. Undang-undang ini mendefinisikan wakaf sebagai "tindakan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah." Terdapat juga peraturan perundang-undangan terkait dengan wakaf di Indonesia antara lain:

- 1) Fatwa MUI tahun 2002 tentang Wakaf Uang
- 2) Undang Undang Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf
- 4) Peraturan Menteri Agama nomor 4 tahun 2009 tentang Administrasi Wakaf Uang
- 5) Keputusan Menteri Agama nomor 92-96 rentang Penetapan 5 LKS menjadi LKS PWU
- 6) Peraturan BWI nomor 1 tahun 2009 Pedoman Pengelolaan dan
- 7) Pengembangan Harta Benda Wakaf Bergerak Berupa Uang. (Abdullah, 2018)

Berikut adalah jenis-jenis wakaf yang ada di Indonesia. Wakaf dapat dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan objek, peruntukan, waktu, dan penggunaannya.

Tabel 2.2

Jenis Wakaf Berdasarkan Objeknya

Jenis Wakaf Berdasarkan Objeknya	Keterangan	Contoh
Wakaf Benda Tidak Bergerak	Harta benda wakaf yang tidak dapat dipindahkan.	Tanah, bangunan, dan kebun.
Wakaf Benda Bergerak Selain Uang	Harta benda wakaf yang dapat dipindahkan.	Kendaraan, logam mulia, dan hak atas kekayaan intelektual.
Wakaf Benda Bergerak berupa Uang	Harta benda wakaf yang dapat dipindahkan.	Uang tunai kertas maupun logam.

Sumber : (Baedawi, 2003)

Tabel 2.3

Jenis Wakaf Berdasarkan Peruntukannya

Jenis Wakaf Berdasarkan Peruntukannya	Keterangan	Contoh
Wakaf Khairi	Wakaf untuk kepentingan umum.	Masjid, sekolah, rumah sakit, jalan dll.
Wakaf Ahli	Wakaf untuk kepentingan keluarga atau keturunan wakif.	Beasiswa pendidikan

Wakaf Musytarak	Wakaf untuk keturunan wakif atau masyarakat umum.	Yayasan
-----------------	---	---------

Sumber : (Baedawi, 2003)

Tabel 2.4

Jenis Wakaf Berdasarkan Waktu

Jenis Wakaf Berdasarkan Waktu	Keterangan
Wakaf Muabbad (Permanen)	Wakaf yang berikan untuk selamanya tanpa ada batasan waktu.
Wakaf Mu'qqot (Sementara)	Wakaf yang diberikan dengan batasan jangka waktu tertentu.

Sumber : (Baedawi, 2003)

Tabel 2.5

Wakaf Berdasarkan Penggunaan Harta

Wakaf Berdasarkan Penggunaan Harta	Keterangan
Wakaf Ubasyir	Harta wakaf yang dapat langsung digunakan untuk melayani masyarakat.
Wakaf Mistitsmary	Harta wakaf yang digunakan sebagai modal.

Sumber : (Baedawi, 2003)

Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi agar harta wakaf tersebut menjadi sah, yaitu :

- 1) Syarat wakif harus memiliki akal sehat, baligh, dan memiliki hak penuh atas harta yang telah diwakafkan.

- 2) Syarat harta wakaf harus berupa harta berharga, dapat diketahui jumlahnya, dan dimiliki sah oleh seorang wakif.
- 3) Syarat penerima wakaf harus lembaga yang jelas dan sesuai dengan syariat Islam yang telah ditentukan.

Badan Wakaf Indonesia (BWI) merupakan lembaga negara yang berdiri berdasarkan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf (Abdullah, 2018). BWI didirikan dengan tujuan memajukan perwakafan nasional dan tidak mengambil alih harta wakaf yang telah dikelola oleh nazhir. BWI diberi amanah untuk membina dan memajukan perwakafan di Indonesia. BWI tidak mengambil alih harta wakaf yang dikelola oleh nazhir (pengawas wakaf), tetapi bertugas mengarahkan nazhir agar harta wakaf dikelola secara lebih unggul dan lebih bermanfaat. Beberapa fungsi BWI di sektor Wakaf Indonesia meliputi:

- 1) Memberikan pedoman kepada Nazhir tentang pengelolaan dan pengembangan aset wakaf.
- 2) Mengelola dan mengembangkan aset Wakaf di tingkat nasional dan internasional.
- 3) Memberi izin untuk melakukan perubahan peruntukan benda wakaf dan status aset modal wakaf.
- 4) Menyetujui pertukaran aset atau harta benda wakaf.
- 5) Memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam mengembangkan kebijakan Wakaf.

2. Wakaf Digital

Wakaf digital merupakan bentuk wakaf yang memanfaatkan teknologi digital dalam setiap tahapannya, mulai dari mengenalkan program wakaf, pengumpulan uang wakaf, pengelolaan uang wakaf,

hingga penyaluran wakaf, sedangkan teknologi digital digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengelolaan wakaf, serta mempermudah akses dan partisipasi masyarakat dalam berwakaf (Rohim et al., 2022). Berikut adalah perbedaan wakaf digital dan wakaf manual.

Tabel 2.6
Perbedaan Wakaf Digital dan Wakaf Manual

Aspek	Wakaf Manual	Wakaf Digital
Bentuk Aset	Tanah, bangunan, kebun, atau hartan benda wakaf fisik lainnya.	Uang, saham, dan layanan berbasis internet.
Pengelolaan	Manual memprosesnya datang ke lembaga wakaf untuk melakukan proses pendaftaran wakif dan nazhir dengan mengisi formulir dan dokumen fisik.	Menggunakan platform digital seperti website atau aplikasi handphone yang terhubung melalui internet.
Jangkauan	Terbatas di setiap wilayah atau daerah setempat.	Jangkauan internet luas seluruh dunia.
Transparansi	Pencatatan pelaporan wakaf menggunakan dokumen manual.	Lebih transparan karena menggunakan dokumen digital yang dapat diakses secara real-time.

Sumber : (Rohim et al., 2022)

Pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan wakaf merupakan kemajuan signifikan dalam mengoptimalkan

kontribusinya terhadap pembangunan. Teknologi digital berperan penting dalam memfasilitasi proses wakaf, termasuk:

- 1) Memfasilitasi akses publik terhadap wakaf kapan saja dan dari lokasi mana pun melalui telepon pintar atau komputer.
- 2) Meningkatkan transparansi, karena teknologi blockchain memungkinkan pencatatan transaksi wakaf yang aman dan transparan, sehingga meminimalkan risiko penyalahgunaan dana. Setiap transaksi dicatat dalam buku besar digital yang tidak dapat diubah atau dihapus.
- 3) Efisiensi pemrosesan donasi dan pengelolaan wakaf ditingkatkan oleh teknologi, sehingga menghasilkan operasi yang lebih cepat dan lebih efisien. Perluasan wakaf digital berpotensi memperluas jangkauannya ke khalayak global. (Anggraini et al., 2024)

Pemanfaatan wakaf digital menawarkan banyak keuntungan, termasuk kemudahan dan efisiensi dalam pengelolaan wakaf. Individu memiliki fleksibilitas untuk memulai transaksi wakaf kapan saja dan dari lokasi mana pun, memfasilitasi kemudahan akses dan proses pembayaran yang dipercepat. Sistem wakaf digital dicirikan oleh transparansi dan akuntabilitasnya, yang memungkinkan manajemen wakaf untuk memantau dana secara real-time dan mengakses laporan keuangan proyek secara daring. Lebih jauh, sistem wakaf digital memiliki potensi untuk menjangkau khalayak global yang lebih luas. Ini memfasilitasi partisipasi yang lebih luas dan distribusi manfaat wakaf yang adil.

3. Media Sosial

Media sosial yang beredar dapat dikarakterisasikan sebagai metode pemilihan dan penekanan komponen tertentu dari suatu isu

dalam substansi media sosial, dengan tujuan untuk memengaruhi sudut pandang, penerjemahan, dan penilaian audiens terhadap isu itu sendiri (GÜRAN & ÖZARSLAN, 2022). Karakteristik media sosial yang cerdas dan aktif seperti Facebook dan Instagram mampu meningkatkan pemberdayaan berbagai karakteristik di layar, termasuk pengelola dan pendidik wakaf, untuk merencanakan dan menyampaikan pandangan mereka tentang wakaf digital. Dibandingkan dengan media cetak yang cenderung satu arah, media sosial lebih aktif dan cerdas terutama penggunaannya hanya dilakukan dengan hal sederhana menyentuh layar (GÜRAN & ÖZARSLAN, 2022). Sifat media sosial yang memiliki kapasitas untuk memberdayakan kelompok pengamat untuk bereaksi, belajar, dan bahkan mengusulkan inovasi bagi lembaga wakaf. Untuk menggambarkan fenomena ini, pertimbangkan situasi di mana lembaga wakaf memajukan wakaf digital sebagai solusi modern dan praktis untuk amal masyarakat. Namun, kelompok pengamat dapat bereaksi dengan menyuarakan kekhawatiran mengenai keamanan dan transparansi tahap wakaf digital.

Penyebaran informasi mengenai wakaf digital melalui platform media sosial memiliki kapasitas untuk memengaruhi persepsi publik terhadap subjek tersebut, sementara pada saat yang sama berfungsi untuk mengidentifikasi isu-isu yang relevan bagi masyarakat umum. Penggunaan berbagai perangkat retorika, termasuk kata-kata, gambar, narasi, dan sudut pandang, dalam materi media sosial untuk membentuk kesan publik mengenai wakaf digital, misalnya dengan menonjolkan manfaat, kenyamanan, atau keamanan yang diklaimnya, dikenal sebagai framing. Potensi media sosial untuk memperkuat prasangka positif dan negatif tentang wakaf digital cukup signifikan, sehingga memengaruhi persepsi publik terhadap isu tersebut. Penyebaran konten yang mendukung atau menentang masalah tersebut melalui platform media sosial

telah menyebabkan kemunculannya sebagai saluran utama untuk penyebaran informasi, sehingga meningkatkan kesadaran publik dan memengaruhi opini publik. Fenomena ini menimbulkan peluang bagi lembaga wakaf yang kurang dikenal untuk mendapatkan lebih banyak eksposur atau respons publik (Qadri, 2020).

Kehadiran media sosial telah mempercepat pergeseran paradigma dalam lanskap komunikasi interpersonal, termasuk dalam konteks wakaf digital. Pemfasilitasan komunikasi yang cepat, ambigu, dan interaktif oleh media sosial telah menghasilkan transformasi substansial dalam perilaku komunikasi manusia, yang telah memberikan pengaruh yang cukup besar pada pola komunikasi interpersonal dalam masyarakat (Swarna et al., 2024). Pola komunikasi sekunder pada media sosial memerlukan penyampaian pesan melalui alat atau sarana sebagai media kedua setelah simbol pada media informasi pertama. Pergeseran ini memerlukan transisi dari interaksi tatap muka ke komunikasi tidak langsung, yang ditandai dengan kedalaman dan sifat tertulisnya (Syarifuddin, 2022). Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi dapat memengaruhi preferensi masyarakat mengenai komunikasi dengan pengguna lain di dunia maya dibandingkan dengan individu di lingkungan fisik mereka.

Strategi digitalisasi wakaf dapat diartikan sebagai proses transformasi pengelolaan wakaf dari konvensional ke digital. Transformasi ini dicontohkan oleh platform berkahwakaf.id dan sahabatbwi.com yang diluncurkan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) dengan tujuan untuk memfasilitasi transaksi wakaf uang dan mendorong penguatan kampanye wakaf dan edukasi masyarakat. Pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram memudahkan penyebaran informasi mengenai wakaf digital, sehingga menjangkau khalayak yang lebih luas. Inisiatif ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Integrasi

data wakaf nasional sangat penting untuk mengatasi tantangan dan hambatan yang menghambat pengembangan wakaf produktif di Indonesia. Strategi BWI untuk digitalisasi wakaf terdiri dari tiga tahap: pertama, memperkuat digitalisasi internal; Kedua, penguatan digitalisasi nazhir; dan ketiga, penguatan ekosistem digital. Tahap kedua difokuskan pada penghimpunan dana wakaf tunai dan pengembangan sistem pelaporan. Terakhir, tujuan penguatan ekosistem digital adalah untuk mendorong inovasi dalam model pengelolaan wakaf.

Mengidentifikasi berbagai masalah masyarakat dan menyediakan skema interpretatif bagi masyarakat adalah dua fungsi lain media massa, termasuk media sosial (López-Rabadán, 2022). Media sosial dapat digunakan dalam konteks wakaf digital untuk menarik perhatian pada berbagai isu seperti kurangnya akses ke layanan keuangan Islam, perlunya pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan potensi wakaf untuk mendorong pembangunan berkelanjutan. Media sosial dapat memengaruhi cara pandang masyarakat umum terhadap pentingnya dan urgensi wakaf digital dengan menyajikan berbagai masalah ini.

4. Perkembangan Wakaf Digital di Indonesia

Perkembangan wakaf digital di Indonesia diawali oleh inisiatif Badan Wakaf Indonesia (BWI) dan program pemerintah melalui Gerakan Nasional Wakaf Uang (GNWU). Upaya ini mendorong berbagai platform digital seperti layanan perbankan elektronik, dompet digital, serta *platform crowdfunding* yang telah bekerja sama untuk mempermudah masyarakat dalam berpartisipasi dalam wakaf. Pendekatan digital ini bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, serta transparansi dalam pengelolaan wakaf, sehingga dapat merangkul lebih banyak donatur dan

memaksimalkan manfaat sosial dari wakaf (Adinugraha et al., 2024).

Badan Wakaf Indonesia (BWI) telah melakukan transformasi digital dalam tiga tahapan penting (Rahmawati et al., 2021). Pertama, penguatan digitalisasi internal Badan Wakaf Indonesia (BWI), yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan transparansi. Kedua, penguatan digitalisasi nazhir dan integrasi data wakaf, di mana Badan Wakaf Indonesia (BWI) berupaya untuk meningkatkan kemampuan nazhir dalam mengelola wakaf melalui penggunaan teknologi digital serta mengintegrasikan data wakaf secara menyeluruh. Ketiga, akselerasi penguatan ekosistem digital dan pengembangan model pengelolaan wakaf digital, yang mencakup upaya untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan pengembangan wakaf digital serta merancang model-model pengelolaan yang inovatif dan efisien. Melalui tahapan-tahapan ini, Badan Wakaf Indonesia (BWI) berusaha untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal demi meningkatkan kualitas pengelolaan wakaf di Indonesia.

Pengelolaan wakaf yang baik di Indonesia harus memperhatikan empat elemen tata kelola yang baik atau *good governance*. Pertama, adanya hukum atau aturan yang jelas yang mengatur segala aspek pengelolaan wakaf untuk memastikan keteraturan dan kepastian hukum. Kedua, mekanisme penegakan hukum yang efektif untuk menjamin kepatuhan terhadap aturan yang telah ditetapkan dan mencegah penyalahgunaan atau pelanggaran. Ketiga, mekanisme mediasi dan penyelesaian sengketa yang efisien untuk menyelesaikan konflik yang mungkin timbul dalam pengelolaan wakaf secara adil dan cepat. Keempat, mekanisme pembentukan dan perubahan hukum yang adaptif untuk menyesuaikan regulasi dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat. Dengan memperhatikan keempat elemen ini,

diharapkan pengelolaan wakaf di kedua negara dapat berjalan lebih efektif, transparan, dan berkelanjutan.

5. Framing Media Sosial

Teori framing dalam konteks media sosial menjelaskan bagaimana pesan dikonstruksi untuk membentuk persepsi publik melalui penonjolan aspek tertentu dari suatu isu. Menurut (Entman, 1993) menyatakan bahwa framing berfungsi untuk mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebab, membuat penilaian moral, dan menyarankan solusi. Dalam era digital, media sosial seperti Instagram menjadi ruang strategis bagi lembaga untuk membingkai pesan secara visual dan naratif. (Guran & Ozarslan, 2022) menekankan bahwa media sosial menciptakan ekosistem hibrida yang memungkinkan integrasi antara media tradisional dan digital dalam menyampaikan narasi sosial, termasuk isu wakaf. Penelitian (Sulistiani et al., 2021) dan (Sitompul & Lubis, 2023) menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan literasi wakaf, namun belum secara eksplisit menggunakan pendekatan framing. Sementara itu, (Rahma et al., 2021) dan (Qadri, 2020) menyoroti potensi media sosial dalam membentuk opini publik dan membangun kebiasaan berwakaf, tetapi belum mengkaji struktur naratif dan ajakan dalam konten digital secara sistematis. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan dengan menerapkan teori framing untuk menganalisis strategi komunikasi Badan Wakaf Indonesia (BWI) di Instagram, melalui tiga kategori utama: edukasi, naratif, dan ajakan untuk memahami bagaimana pesan-pesan wakaf digital dibingkai untuk meningkatkan literasi dan partisipasi masyarakat.

Penelitian ini menggunakan teori framing dari Robert Entman (1993) yang mencakup empat elemen utama: *problem definition*, *causal interpretation*, *moral evaluation*, dan *treatment recommendation*. Elemen-elemen ini diterapkan untuk mengidentifikasi tiga jenis framing dalam konten Instagram BWI:

1. Framing Edukasi

Framing ini bertujuan untuk meningkatkan literasi masyarakat tentang wakaf digital, menggunakan indikator sebagai berikut :

- a) Postingan menjelaskan definisi wakaf uang atau wakaf digital;
- b) Menyediakan informasi prosedural tentang cara berwakaf;
- c) Menampilkan manfaat wakaf secara sosial dan ekonomi;
- d) Menggunakan infografis, kutipan edukatif, atau penjelasan berbasis syariah.

2. Framing Naratif

Framing ini membangun kedekatan emosional melalui cerita atau pengalaman, memiliki indikator sebagai berikut :

- a) Menampilkan kisah penerima manfaat wakaf;
- b) Testimoni dari wakif atau tokoh masyarakat;
- c) Narasi visual yang menyentuh (foto kegiatan sosial, ekspresi wajah, dll.);
- d) Caption yang bersifat reflektif atau inspiratif.

3. Framing Ajakan

Framing ini bertujuan untuk mendorong tindakan langsung dari audiens, memiliki indikator:

- a) Kalimat ajakan eksplisit seperti “Ayo Wakaf Sekarang”;
- b) Tautan langsung ke platform donasi (QRIS, website);
- c) Kampanye digital seperti webinar, challenge, atau event interaktif;
- d) Penggunaan tagar ajakan (#WakafSekarang, #SahabatWakaf).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian didefinisikan sebagai rencana untuk pengumpulan dan analisis data, yang memastikan pelaksanaannya ekonomis dan selaras dengan tujuan studi penelitian menurut (Nasution, 2017). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang merupakan penelitian yang berisi deskriptif dari data peneliti beserta instrumennya yang akan mempengaruhi stereotipe teoritisnya (Bungin, 2017). Kualitatif lebih mendekati kepada makna dan ketajaman analisis yang logis dengan menjauhi statistik. Maka dari itu, sebuah wacana yang berkembang adalah memiliki kedudukan beberapa teori di dalam penelitiannya. Berfokus pada pemahaman mendalam tentang budaya dan interaksi sosial, dengan analisis konten yang sistematis untuk mengidentifikasi tema, pola, dan narasi dalam media (Bungin, 2017).

Penelitian ini digunakan untuk melihat strategi komunikasi wakaf digital yang bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi wakaf digital di Indonesia. Khususnya dalam hal framing media sosial di Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) dengan menerapkan teori dari Entman (Entman, 1993). Penelitian ini akan menggunakan analisis pemetaan untuk mengkaji isu wakaf digital dibingkai di media sosial Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI). Teori framing yang dikemukakan oleh Robert M. Entman menyoroti bagaimana suatu isu dikonstruksi dalam komunikasi melalui pemilihan dan penonjolan aspek tertentu dari realitas yang dipersepsikan. Framing terdiri dari empat elemen utama yaitu *problem definition* (definisi masalah), *causal interpretation* (interpretasi kausal), *moral evaluation* (evaluasi moral), dan *treatment recommendation* (rekomendasi penyelesaian). Dalam penelitian ini, analisis framing

digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana Badan Wakaf Indonesia (BWI) membingkai wakaf digital dalam media sosialnya.

Tabel 3.1
Perkembangan Wakaf Digital di Indonesia

Analisis Data	Aspek Perbandingan
Strategi Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Framing Edukasi 2. Framing Naratif 3. Framing Ajakan atau <i>Call to Action</i>
Konten Instagram Lembaga Wakaf	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrasi antara <i>Caption</i> dan Visual 2. Membingkai Makna dalam Postingan

Studi ini akan menggunakan analisis framing untuk mengkaji konten media sosial yang diproduksi oleh berbagai *stakeholder* wakaf digital di Indonesia. Konten yang akan dianalisis meliputi postingan yang terdapat di platform media sosial Instagram. Metode analisis framing ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi dan konten yang diposting yang digunakan oleh para *stakeholder* dalam menyampaikan pesan tentang wakaf digital (López-Rabadán, 2022). Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana wakaf digital dipresentasikan dan dipersepsikan di Indonesia.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dengan judul "Analisis Peran Wakaf Digital melalui Media Sosial pada Badan Wakaf Indonesia (BWI)" ini bersifat kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian tidak terikat pada lokasi geografis fisik karena data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari media sosial Instagram di Indonesia tentang wakaf digital.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu penelitian adalah rentang masa yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melakukan penggalan data selama di lapangan. Waktu penelitian ini dapat bervariasi tergantung pada kebutuhan peneliti dan jenis penelitian yang dilakukan. Waktu pelaksanaan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pada bulan Februari 2025 hingga selesai.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian:

Subjek penelitian adalah sumber data dalam penelitian berupa tempat, benda, atau orang yang terlibat dalam penelitian (Bungin, 2017). Penelitian ini akan menganalisis berbagai jenis konten media sosial yang membahas tentang wakaf digital di Indonesia menggunakan postingan di platform Instagram. Postingan-postingan ini mencakup teks dan gambar yang dihasilkan oleh postingan Instagram. Pendekatan penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana wakaf digital dipromosikan dan dikelola di Indonesia.

2. Objek penelitian:

Objek penelitian adalah fokus penelitian yang menjadi target untuk mendapatkan data dan informasi yang relevan untuk menjawab rumusan masalah (Bungin, 2017). Penelitian ini akan menganalisis media sosial lembaga wakaf Indonesia. Pemanfaatan media sosial untuk mengkomunikasikan wakaf digital. Penelitian ini akan menganalisis isi konten Instagram lembaga wakaf Indonesia menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan wakaf digital (Amaliyah et al., 2022). Analisis akan mencakup narasi dan framing yang digunakan dalam wacana wakaf digital di media sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI) (Amaliyah et al., 2022). Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan

untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi komunikasi digital yang diterapkan di Indonesia.

E. Fokus Penelitian

Fokus penelitian menurut (Bungin, 2017) adalah batasan-batasan dari ruang lingkup objek penelitian yang akan diteliti oleh peneliti untuk menunjukkan kejelasan objek yang akan diamati, dipelajari, dan dianalisis dari penelitiannya supaya peneliti dapat fokus ke tujuan inti penelitian. Fokus penelitian dalam penelitian ini berdasarkan kepentingan penelitian yang akan dipecahkan. Berikut adalah tiga fokus penelitian ini, yaitu :

1. Penelitian ini akan menganalisis tema dari konten terhadap akun media sosial Instagram yang telah dilakukan ditahun 2024 untuk memastikan masalah wakaf tingkat lanjut di Instagram Indonesia.
2. Penelitian ini akan menganalisis pemetaan media sosial terhadap pembentukan pemahaman terbuka tentang wakaf digital diterapkan di Indonesia.
3. Penelitian ini akan meneliti peran media sosial di Instagram pada tahun 2024 terhadap kemajuan wakaf digital bagi Badan Wakaf Indonesia (BWI).

F. Sumber Data

Menurut Burhan Bungin (2017), sumber data penelitian ada data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama berdasarkan lokasi atau subjek penelitian menggunakan teknik observasi, wawancara, dan kuesioner untuk mengamati penelitian secara langsung. Sedangkan data sekunder adalah data yang dapat diakses secara umum dari penelitian, seperti laporan atau data statistik yang disediakan oleh subjek penelitian.

Sumber data penelitian ini menggunakan data sekunder, sumber data penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber online, yaitu platform media sosial. Pemilihan platform media didasarkan pada pertimbangan relevansi dengan topik penelitian, popularitas, dan kredibilitas sumber berikut adalah sumber data utama penelitian media sosial yaitu Instagram. Dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan wakaf digital dengan gambar, foto, atau infografis, sehingga dapat efektif untuk menyebarkan konten visual lembaga wakaf.

Data dikumpulkan secara retrospektif, menurut Burhan Bungin (2017) artinya peneliti akan menganalisis postingan dan berita yang telah dipublikasikan sebelumnya dalam periode waktu tertentu yang relevan dengan topik penelitian. Durasi tahap ini akan disesuaikan dengan jumlah data yang dibutuhkan dan kompleksitas proses pengumpulan data. Peneliti akan menentukan data yang diambil untuk penelitian yaitu sejak Januari 2024 – Desember 2024.

Penelitian ini memfokuskan analisis pada pengaruh media sosial yang dilakukan oleh lembaga wakaf di Indonesia yang aktif dalam komunikasi digital. Indonesia dari Badan Wakaf Indonesia (BWI) sebagai lembaga pemerintah non-struktural yang berperan penting dalam pengembangan dan pengelolaan wakaf di Indonesia. Badan Wakaf Indonesia (BWI) aktif melakukan sosialisasi dan edukasi wakaf, termasuk melalui platform digital.

Dengan menganalisis platform dari lembaga ini, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi framing dan konten Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) yang digunakan dalam mempromosikan wakaf digital, yang pada akhirnya berkontribusi pada pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi dan dampaknya di Indonesia.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara pengumpulan data yang sesuai dengan jenis dan tujuan penelitian untuk mendapatkan data yang relevan

untuk menjawab rumusan masalah agar memiliki kesimpulan penelitian yang bermanfaat (Bungin, 2017). Penelitian ini menggunakan teknik analisis dokumen dengan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data sekunder yang berkaitan dengan pengaruh media sosial dalam wakaf digital di Indonesia. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan langkah-langkah pengumpulan data. Mulai dari penelusuran media sosial, data dikumpulkan dari platform media sosial Instagram. Pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci yang relevan.

Data yang dikumpulkan berupa postingan teks, gambar, dan infografis yang relevan dengan topik penelitian dianalisis untuk memahami strategi digitalisasi wakaf yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI). Data yang telah dikumpulkan akan diseleksi berdasarkan relevansi dan kredibilitasnya terhadap tujuan penelitian. Proses seleksi ini akan memastikan bahwa hanya data yang relevan dan memiliki tingkat kredibilitas tinggi yang akan digunakan dalam analisis. Data yang tidak relevan atau diragukan kredibilitasnya akan dikeluarkan dari analisis untuk memastikan keakuratan dan keandalan temuan penelitian. Dengan demikian, penelitian ini dapat menghasilkan wawasan yang mendalam dan valid mengenai topik yang dikaji.

H. Instrumen Penelitian

Dalam konteks penelitian akademis, instrumen penelitian oleh (Arifin dan Asfani, 2014) didefinisikan sebagai alat metodologis yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data guna menjawab pertanyaan penelitian untuk memastikan kredibilitas temuan, diperlukan desain instrumen yang cermat, dengan mempertimbangkan validitas dan reliabilitasnya. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dan berbasis data sekunder menggunakan studi dokumen digunakan untuk mengidentifikasi target audiens, konten wakaf, dan kualitas wakaf dalam media sosial.

Kualitatif dokumentasi artinya berlandaskan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alamiah, di mana peneliti adalah instrumen utama (Sugiono, 2022). Instrumen ini akan membantu peneliti untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang terlibat dalam wacana wakaf digital di media sosial, menganalisis tujuan dan pesan yang disampaikan oleh setiap konten, mengidentifikasi strategi media sosial yang digunakan untuk mempengaruhi persepsi khalayak tentang wakaf digital dan menganalisis konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi wacana wakaf digital.

I. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode teknik analisis konten, menurut (Krippendorff, 2013) analisis isi didefinisikan sebagai teknik penelitian sistematis yang bertujuan untuk memperoleh kesimpulan dari data penelitian yang dapat direplikasi dari data berbasis teks. Metode ini menggarisbawahi pentingnya menghasilkan hasil yang dapat direproduksi oleh peneliti lain dan secara akurat mencerminkan makna kontekstual yang tertanam dalam konten. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis data secara mendalam dengan memperhatikan konteks sosial dan budaya yang melingkupinya. Proses ini melibatkan pengumpulan data dari media sosial yang kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi minat pengikut untuk berwakaf dari sebuah postingan Instagram lembaga wakaf Badan Wakaf Indonesia. Konten yang disajikan informatif, jelas, dan mudah dipahami. Visual dari postingan gambar dan infografis yang disajikan menarik. Konten yang mencuri empati penonton dengan mengangkat isu atau konten yang relevan, sehingga meningkatkan rasa kemanusiaan dan semangat berbagi. Konten secara implisit atau eksplisit mengajak penonton untuk berwakaf digital, membagikan informasi seperti *contact person* atau rekening bank sebagai wadah berdonasi wakaf atau membagikan tautan donasi wakaf seperti barcode QRIS dan sebagainya yang muncul di postingan media sosial. Dengan demikian, teknik analisis konten ini dapat

menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami dinamika dan kompleksitas yang terkait dengan wakaf digital di Indonesia.

Berikut tahap analisis data yang akan dilakukan:

- 1) Tahap awal melibatkan pembacaan dan pemahaman isi data yang dikumpulkan dari media sosial. Peneliti akan menelaah data secara cermat untuk mendapatkan gambaran umum tentang wacana wakaf digital di Indonesia dengan memilih konten-konten Instagram yang pokok dan penting bagi penelitian utama penelitian dan tidak menggunakan data yang dianggap tidak digunakan untuk penelitian.
- 2) Peneliti akan menyajikan informasi organisasi atau lembaga yang menjadi kumpulan-kumpulan data yang telah didapat dan digabungkan dari data sekunder. Data yang sudah dikumpulkan akan memberikan beberapa interpretasi, sehingga bermakna.
- 3) Setelah memahami data, peneliti akan mengidentifikasi tema-tema utama yang sering muncul dalam diskusi wakaf digital di media sosial. Identifikasi tema ini akan membantu peneliti untuk memfokuskan analisis pada aspek-aspek yang paling relevan dengan tujuan penelitian.
- 4) Mengklasifikasikan data ke dalam kategori analisis yang telah ditentukan, seperti konten media sosial mengandung wakaf digital.
- 5) Peneliti akan menganalisis strategi digitalisasi wakaf yang dilakukan oleh lembaga wakaf di Indonesia.
- 6) Tahap akhir melibatkan analisis terhadap strategi komunikasi wakaf digital yang diterapkan di Indonesia melalui platform Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) guna mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap perkembangan ekosistem wakaf digital di tingkat nasional.

Tabel 3.2

Pemetaan Perkembangan Wakaf Digital Indonesia

Aspek	Indonesia (Fintech Islam)
Platform Utama	Instagram.
Aktor Utama	BWI (Badan Waqaf Indonesia).
Strategi Komunikasi	Analisis postingan gambar dan caption.
Konten Instagram Lembaga Wakaf	Integrasi antara caption dan gambar yang mengandung makna.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Badan Wakaf Indonesia

Peneliti Manan (2006) mengungkapkan bahwa di Indonesia sejak tahun 2000, wakaf memiliki daya tarik bagi Indonesia hingga menjadi sorotan mulai dari bagi para praktisi, akademis, dan pemerintah. Berawal dari informasi media cetak dan elektronik yang membahas wakaf yang penting bagi perekonomian suatu negara yang memburuk. Setiap warga yang berwakaf menjadi pendapatan negara yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan. Memanfaatkannya untuk tujuan Pendidikan, Kesehatan, ekonomi, dan lain-lain.



Gambar 4.1 Logo Resmi Badan Wakaf Indonesia

Badan Wakaf Indonesia (BWI) didirikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf sebagai lembaga negara yang berwenang membina, mengatur, dan mengembangkan harta wakaf di Indonesia. Tujuan mendasar pendiriannya adalah mengoptimalkan pemanfaatan harta wakaf untuk kesejahteraan masyarakat, berpedoman pada asas transparansi dan akuntabilitas yang dikelola oleh nazhir (pengelola harta wakaf) yang sudah ada. Sejak awal berdirinya Badan Wakaf Indonesia (BWI), Lembaga wakaf mengutamakan peningkatan pengelolaan

wakaf, khususnya melalui integrasi teknologi digital untuk memfasilitasi transformasi proses pengelolaan dan pendayagunaan wakaf. Pengembangan wakaf ini dirancang untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pengelolaan wakaf dan memperluas dampaknya terhadap kemajuan sosial ekonomi di Indonesia.

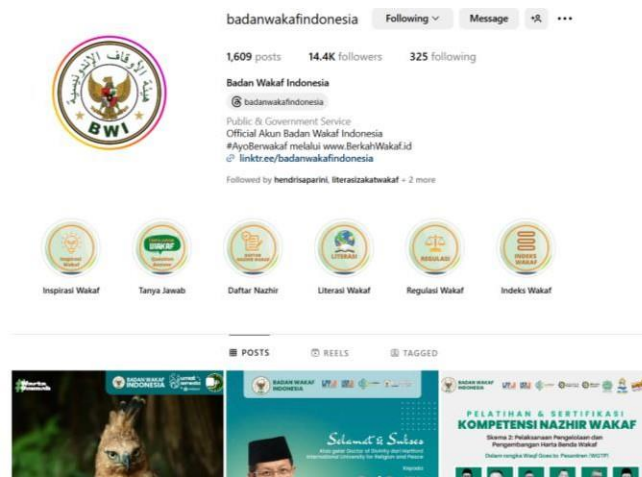


Gambar 4.2 Perkembangan Wakaf di Indonesia

Sumber: <https://www.bwi.go.id/profil-badan-wakaf-indonesia/sejarah-badan-wakaf-indonesia/>

Akun Instagram @badanwakafindonesia berfungsi sebagai media sosial resmi Badan Wakaf Indonesia (BWI). Hingga Mei 2025, akun ini telah mengunggah lebih dari 1.600 konten dan memiliki sekitar 14.400 pengikut, media sosial menjadi salah satu sarana utama BWI dalam berinteraksi dengan publik. Deskripsi profilnya menegaskan peran edukatif serta ajakan berwakaf ("Official Akun Badan Wakaf Indonesia, #AyoBerwakaf melalui www.BerkahWakaf.id"), disertai tautan terpusat (linktr.ee/badanwakafindonesia) yang menghubungkan pengguna langsung ke platform pendaftaran wakaf, modul literasi, dan layanan nazhir. Terdapat bagian sorotan (highlights), terdapat enam kategori utama yaitu "Inspirasi Wakaf", "Tanya Jawab", "Daftar Nazhir", "Literasi Wakaf", "Regulasi Wakaf", dan "Indeks Wakaf" yang menyajikan infografis, panduan teknis, serta laporan capaian program. Dengan desain visual yang konsisten yaitu menggunakan

logo BWI, palet hijau keemasan, dan penggunaan hashtag yang strategis, akun ini dikembangkan untuk membingkai wakaf sebagai praktik spiritual, gerakan sosial, dan inovasi digital, sekaligus mempermudah akses informasi serta layanan bagi masyarakat.

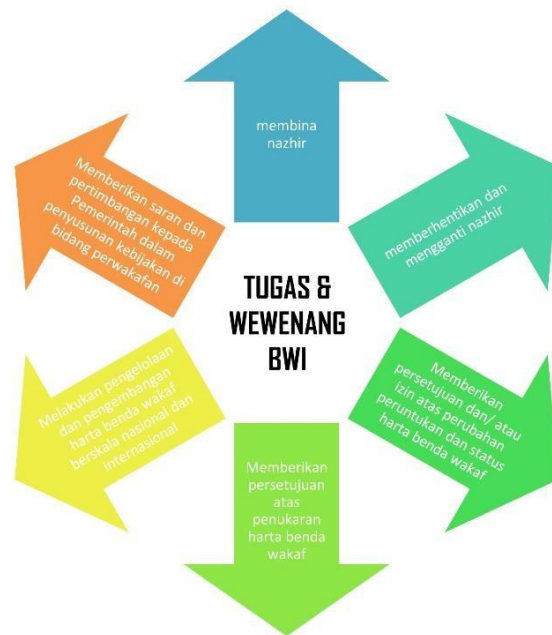


Gambar 4.3 Profil Instagram Badan Wakaf di Indonesia (BWI)

2. Tugas dan Wewenang Badan Wakaf Indonesia

Berdasarkan Pasal 49 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, Badan Wakaf Indonesia (BWI) mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut :

- 1) Melakukan pembinaan terhadap nazhir dalam mengelola dan mengembangkan harta benda wakaf.
- 2) Melakukan pengelolaan dan pengembangan harta benda wakaf berskala nasional dan internasional.
- 3) Memberikan persetujuan dan atau izin atas perubahan peruntukan dan status harta benda wakaf.
- 4) Memberhentikan dan mengganti nazhir.
- 5) Memberikan persetujuan atas penukaran harta benda wakaf.
- 6) Memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam penyusunan kebijakan di bidang perwakafan (Website Badan Wakaf Indonesia, 2016).



Gambar 4.4 Tugas dan Wewenang Badan Wakaf Indonesia

B. Postingan Instagram Lembaga Wakaf Indonesia dari Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Badan Wakaf Indonesia adalah lembaga wakaf yang berdiri sendiri dari terbentuknya Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang wakaf yang berfungsi untuk mengenalkan dan mengolah wakaf di Indonesia yang dikelola oleh nazhir. Tugas sebagai nazhir dalam mengelola aset wakaf yaitu bertanggung jawab menjadikan aset wakaf menjadi produktif yang berdampak besar bagi masyarakat dalam bentuk pemberdayaan ekonomi, pelayanan sosial, dan infrastruktur publik yang layak. Peran nazhir sangat strategis untuk mengenalkan Badan Wakaf Indonesia (BWI) ke masyarakat luas dengan cara yang komunikatif dan transparan.

Strategi para nazhir untuk mengenalkan Badan Wakaf Indonesia (BWI) ke masyarakat luas yaitu dengan memanfaatkan media sosial salah satunya Instagram untuk menyebarkan kegiatan dan program yang akan dilaksanakan atau telah berhasil dilaksanakan. Media sosial juga mengajak

para masyarakat untuk mengikuti kegiatan yang diadakan di Badan Wakaf Indonesia (BWI) seperti seminar publik yang membawakan tema utama wakaf. Badan Wakaf Indonesia (BWI) juga melakukan kolaborasi dengan mitra, tokoh masyarakat, dan instansi pemerintah untuk menguatkan kredibilitas Badan Wakaf Indonesia (BWI) sebagai lembaga yang peduli umat dan memberi peluang penyebaran informasi menjadi lebih mudah. Media sosial juga membantu transparansi aset yang dikelola nazhir Badan Wakaf Indonesia (BWI) salah satunya saat melakukan penyaluran aset wakaf Badan Wakaf Indonesia (BWI) ke penerima wakaf (*mauquf alaih*).

Penelitian ini mengambil sumber data sekunder dari Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) yang aktif pada tahun 2024 dengan mengambil data sebanyak 63 postingan Instagram yang relevan pada tahun tersebut 32,59% dari 224 postingan. Data yang diperoleh mendapatkan 63 postingan foto yang akan digunakan untuk dasar analisis dalam menginterpretasikan secara kontekstual agar mewujudkan tujuan penelitian. Data yang digunakan untuk menganalisis target audiens dan konten Instagram lembaga wakaf. Tujuan menyajikan data penelitian ini untuk mengungkapkan bukti empiris dari temuan konten Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam membuat inovasi wakaf digital melalui sosial media Instagram. Data yang disajikan membantu peneliti untuk menemukan perbandingan dari perbedaannya berdasarkan strategi yang digunakan oleh lembaga Badan Wakaf Indonesia (BWI) sesuai topik yang berkembang terkait komunikasi dan digitalisasi wakaf.

1. Strategi Komunikasi

Bagian ini menguraikan jawaban atas rumusan masalah pertama, yakni bagaimana Instagram BWI mengonstruksi narasi digitalisasi wakaf melalui elemen visual dan teks dalam kontennya. Berdasarkan data yang digunakan sebanyak 63 postingan Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) pada tahun 2024 yang telah dikaji menghasilkan empat strategi yang ditemukan, yaitu sebagai berikut:

1) Framing Edukasi

Merujuk penelitian sebelumnya dari (Sulistiani et al., 2021) menunjukkan bahwa edukasi penting, hasil dari Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) digunakan dalam pendekatan agama dan sosial dalam komunikasi digital agar audiens memahami tentang manfaat wakaf di dunia dan akhirat. Konten ini didukung oleh tagar seperti #wakaf #berkahwakaf #badanwakafindonesia #RahasiaRezeki #inspirasiwakaf #kisahwakaf dalam keterangan postingannya, Badan Wakaf Indonesia yang berupaya menginformasikan dan mendorong audiens untuk berwakaf melalui platform digitalnya. Pendekatan ini juga didasarkan pada teori framing (Entman, 1993) dengan menonjolkan beberapa aspek tertentu untuk memengaruhi persepsi masyarakat tentang pentingnya wakaf sebagai wujud amal sosial dan agama. Strategi komunikasi Badan Wakaf Indonesia (BWI) menguatkan posisinya dalam literatur wakaf modern dan memperkuat dakwah digital sebagai sarana efektif dalam menjalankan misi edukasinya. Postingan edukasi dikategorikan sebagai menjelaskan unsur-unsur informasi dan penjelasan yang mendalam tentang konsep wakaf, manfaat wakaf, cara berwakaf, dan tujuan wakaf agar masyarakat percaya untuk berwakaf kepada lembaga Badan Wakaf Indonesia (BWI).

Postingan Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) terdapat 23 postingan sebanyak 10,27% yang menggunakan framing edukasi pada tahun 2024. Terdefiniskan berdasarkan gambar yang diunggah terbukti mendukung unsur-unsur yang disampaikan untuk memudahkan audiens dalam memahami visual yang disampaikan. Edukasi yang diinformasikan kepada audiens secara eksplisit di caption

dan hastag bertujuan agar berwakaf di Badan Wakaf Indonesia (BWI). Penekanan pada definisi masalah dan analisis faktor penyebab dalam konten berfungsi untuk menjelaskan konsep wakaf, manfaatnya, serta tantangan utama yang dihadapi termasuk rendahnya tingkat literasi. Dengan pendekatan dari (Entman, 1993), audiens dapat memahami urgensi digitalisasi wakaf secara lebih komprehensif.



Gambar 4.5 Framing Edukasi



Gambar 4.6 Framing Edukasi



Gambar 4.7 Framing Edukasi



Gambar 4.8 Framing Edukasi

2) Framing Naratif

Berdasarkan penelitian (GÜRAN & ÖZARSLAN, 2022) konsep naratif merupakan teknik bercerita yaitu menceritakan kisah inspiratif, menceritakan kejadian yang pernah berlangsung, dan pembuktian pemanfaatan aset wakaf untuk meningkatkan audiens. Terdapat caption yang menjelaskan tanggal kejadian dan menceritakan kejadian yang berlangsung saat itu untuk meningkatkan pengetahuan audiens tentang wakaf.

Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) memposting penyerahan sertifikat tanah wakaf pada tanggal 26 Maret 2024. Postingan tersebut terdapat caption yang menjelaskan sebuah narasi, mengandung sosial keagamaan, dan distribusi kepada penerima manfaat wakaf. Postingan ini

menunjukkan kepada audiens bahwa dana wakaf yang telah mereka donasikan kepada Badan Wakaf Indonesia (BWI) disalurkan menjadi sertifikat tanah dengan menyerahkan 53 sertifikat di Pendopo Gubernur Banten, KP3B, Kota Serang, Selasa, 26 Maret 2024. Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) memposting acara Gerakan Wakaf Uang Menuju Indonesia Emas 2045 di ISEF 2024. Postingan tersebut terdapat caption yang menjelaskan sebuah narasi yang mengandung sosial dan tantangan *stakeholder* wakaf karena rendahnya literasi wakaf di Indonesia. Postingan berbentuk narasi juga mengandung ajakan kepada audiens untuk langsung berwakaf sekarang dengan pindai QRIS untuk berdonasi saat acara berlangsung. Terdapat ajakan dalam caption postingan ini mengajak masyarakat untuk memanfaatkan potensi wakaf di Indonesia sesuai visi Indonesia Emas 2045. Acara gerakan ini menyadari bahwa literasi wakaf menjadi tantangan besar bagi Indonesia, maka dalam acara Indonesia *Sharia Economic Festival* (ISEF) ini merangkul audiens untuk meningkatkan pemahaman wakaf, agar manfaat wakaf bisa dirasakan oleh masyarakat luas. (Sulistiani et al., 2021) menyatakan bahwa integrasi penceritaan dengan elemen interaktif, seperti kode QR mampu meningkatkan literasi wakaf sekaligus mendorong tindakan nyata dari generasi milenial. Pada tahun 2024 terdapat 19 postingan sebanyak 8,48% dari total publikasi menggunakan pembedaan narasi sebagai peran penting dalam edukasi wakaf digital Badan Wakaf Indonesia (BWI). Terdapat postingan konten dan caption secara eksplisit mengajak untuk berwakaf dan mendonasikan sebagian hartanya melalui kode QR yang tersedia. Mengutip dari (Entman, 1993) penguatan dari evaluasi moral melalui kisah

inspirasi penerima manfaat, disertai dengan analisis faktor penyebab dalam narasi konteks kejadian, berperan dalam membangun keterikatan emosional audiens secara lebih mendalam.



Gambar 4.9 Framing Naratif



Gambar 4.10 Framing Naratif



Gambar 4.11 Caption Framing Naratif



Gambar 4.12 Framing Naratif

3) Framing Ajakan

Berdasarkan penelitian (Nadya et al., 2023), menegaskan bahwa framing ajakan bertindak, menekankan perannya dan pentingnya hal tersebut dalam komunikasi yang efektif di platform ini. (Aichner & Jacob, 2015) menjelaskan bahwa ajakan dapat membuat pembaca berkeinginan untuk berpartisipasi dan (Muhammad Fathrul Quddus et al., 2022) menegaskan bahwa *call to action* dalam penghimpunan wakaf tunai menggunakan media sosial itu penting.

Terdapat postingan yang menggunakan bahasa secara eksplisit mengajak langsung audiens untuk langsung berdonasi seperti kata “donasi via QRIS sekarang”, “Gabung sekarang di Satu Wakaf Indonesia”, “yuk, mari kita berkontribusi”, dan “berwakaf sekarang”. Framing ajakan kepada masyarakat untuk langsung berwakaf menggunakan kode QRIS. Sebanyak 31 postingan Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) yaitu 13,84% pada tahun 2024. Relevansi penelitian ini dengan penelitian terdahulu milik (Entman, 1993), pendekatan strategis dalam rekomendasi solusi mencakup pemanfaatan QRIS, penyertaan tautan

pendaftaran, serta penerapan *call to action* yang eksplisit guna mempermudah proses wakaf digital dan meningkatkan partisipasi masyarakat.



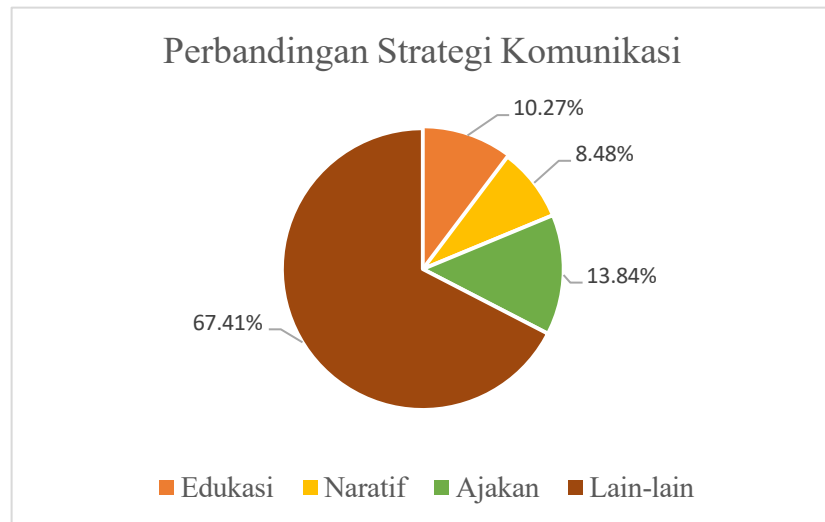
Gambar 4.13 Framing Ajakan



Gambar 4.14 Framing Ajakan

Analisis strategi komunikasi dari Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) pada tahun 2024 mengaplikasikan tiga pendekatan framing utama yaitu pendekatan edukatif, naratif, dan ajakan dalam menyampaikan pesan secara komprehensif dan informatif dalam postingannya. Setiap pendekatan memiliki fungsi yang berbeda: pendekatan edukatif berfokus pada penyampaian informasi dan pengetahuan tentang wakaf, pendekatan naratif berperan dalam membangun ikatan emosional melalui cerita dan pengalaman yang disampaikan, sedangkan pendekatan persuasif ditujukan untuk mendorong partisipasi aktif dari audiens. Tiga pendekatan tersebut dapat menghasilkan dorongan kepada masyarakat umum untuk berpartisipasi

untuk berwakaf di Badan Wakaf Indonesia (BWI). Berikut adalah hasil analisis dalam bentuk diagram.



Gambar 4.15 Diagram Perbandingan Strategi Komunikasi Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) tahun 2024.

Dengan demikian, hasil dari analisis 63 sebesar 32,59% data postingan Instagram Badan Wakaf Indonesia pada tahun 2024 menghasilkan 10,27% menggunakan framing edukasi, 8,48% menggunakan framing naratif, dan 13,84% menggunakan framing ajakan.

2. Konten yang Disajikan

1) Integrasi antara Caption dan Visual

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sulistiani et al., 2021), efektivitas edukasi wakaf di Instagram dapat meningkat pesat ketika mengemas sosial media dengan menarik dan memotivasi audiens. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan pemrosesan informasi yang cepat dari audiens yang menggunakan kombinasi keterangan di postingan dan visual yang menarik untuk memproses

informasi. Menunjukkan edukasi wakaf dapat dikomunikasikan dengan efektif saat caption dan visual teintegrasi.

Postingan Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) memposting konten untuk menginformasikan kepada audiens, berikut adalah integrasi caption dan visual postingan Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) :

1. Webinar dan Tanya Jawab



Gambar 4.16 Poster Webinar



Gambar 4.17 Caption Webinar



Gambar 4.18 Poster Acara Tanya Jawab



Gambar 4.19 Caption Acara Tanya Jawab

Infografis “Bincang Nazhir Wakaf Saham” menggunakan warna biru dan putih dengan warna kuning tebal dibagian judul acara mudah dibaca dan menarik perhatian. Foto tiga narasumber Indah Nurhabibah (MNC Sekuritas), Nur Syamsudin Buchori (BWI), dan Yunan Akbar (BEI Syariah) terletak di tengah, mencantumkan nama dan afiliasi, sehingga mudah dibaca. Memberikan logo live di TVBWI dan zoom beserta kode

masuk. Acara tersebut mencantumkan tema dan waktu.

Poster infografis Instagram BWI secara konsisten menunjukkan palet warna yang ditandai dengan penggunaan warna hijau dan putih yang segar dan bersih. Poster-poster ini berisi foto pembicara utama, logo BWI, ikon platform (Zoom atau TVBWI), dan informasi situs web. Visual tersebut disertai dengan keterangan yang memberikan gambaran menyeluruh tentang tema acara, “Momentum Ramadan: Strategi Digitalisasi untuk Akselerasi Pengembangan Wakaf Nasional”. Infografis ini diikuti dengan daftar pembicara, jadwal (tanggal dan waktu), informasi pendaftaran, dan undangan secara eksplisit. Pernyataan berikut ini dibuat eksplisit “Yuk daftar gratis, e-sertifikat menanti!” Kumpulan komponen yang menarik secara visual berfungsi sebagai isyarat untuk menarik perhatian generasi milenial, sementara keterangannya memberikan argumen yang meyakinkan sebagai isyarat sentral, mengartikulasikan urgensi materi dan kemudahan partisipasi. Integrasi elemen visual dan tekstual menumbuhkan pengalaman bercerita yang mendalam, mengubah kondisi audiens dari sekadar rasa ingin tahu menjadi keterlibatan aktif dengan webinar atau talkshow BWI. Penelitian yang dilakukan oleh (Sulistiani et

al., 2021) penjelasan yang menarik dapat secara efektif membarikan informasi wakaf yang mudah dipahami melalui perangkat seluler oleh audiens. Penelitian tersebut menyatakan bahwa efektivitas edukasi wakaf di Instagram mengalami peningkatan ketika teks edukasi, dalam bentuk caption, dilengkapi dengan visual yang kontekstual seperti infografis, foto dokumenter, atau ilustrasi naratif. Peningkatan efektivitas ini dapat dikaitkan dengan kemampuan pemrosesan informasi yang cepat dari audiens milenial, yang menggunakan pendekatan multifaset yang mengintegrasikan isyarat sentral, yaitu detail yang disediakan dalam teks yaitu daya tarik visual konten.

Visual dalam infografis lengkap dan menarik, topik yang dibahas mempermudah menarik audiens untuk menghadiri acara tersebut. Caption menjelaskan argument lengkap sesuai tema dan manfaat dari acara tersebut. Menurut (Sulistiani et al., 2021) perpaduan ini menghasilkan sebuah *immersive educational storytelling* yaitu audiens terdorong untuk berpartisipasi dan mendaftar karena informasi menarik.

2. Penyaluran Manfaat



Gambar 4.20 Penyaluran Manfaat

Postingan ini memberitahukan kepada audiens dengan foto dokumentasi saat Menteri ATR/BPN Agus Harimurti Yudhoyono dan Ketua BWI di Pendopo Gubernur Banten. Visual dari foto terlihat diacara yang resmi, memberikan kesan formal dan resmi. Caption menjelaskan kegiatan acara tersebut yang terjadi pada tanggal 26 Maret 2024 di KP3B Kota Serang, menunjukkan kegiatan ini bagian dari program wakaf yaitu “Gerakan Nasional Sertifikasi Rumah Ibadah dan Pesantren.” Menurut (Entman, 1993) integrasi antara gambar dan teks saling berhubungan dan menonjolkan legitimasi kelembagaan wakaf dan potensi manfaat integrasi wakaf sebagai solusi untuk sertifikasi tanah sebagai lahan ibadah. Menambahkan hasil dari penelitian sebelumnya milik (Sulistiani et al., 2021) juga *immersive storytelling* berhasil saat visual dokumentasi lapangan dipadu caption naratif yang lengkap, sehingga audiens dapat

melihat yang terjadi dan mengalami makna sosialnya. Kombinasi kondisi ini menjadikan wakaf tidak hanya sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai elemen integral dari agenda nasional yang berkorelasi langsung dengan kebutuhan masyarakat.

3. Informasi Program BWI



Gambar 4.21 Program Wakaf



Gambar 4.22 Program Wakaf

Postingan ini memberitahukan kepada audiens tentang program “Gerakan Indonesia Berwakaf (Chapter Calon Pengantin (Catin))” yang disampaikan dengan visual berwarna hijau-putih, foto Ketua Badan Wakaf Indonesia (BWI) yaitu Prof. Dr. Phil. H. Kamaruddin Amin seakan-

akan sedang berorasi “Gerakan Indonesia Berwakaf” dengan kutipan langsung "Sebagai Ketua BWI, kami tengah merancang program ...", sketsa gedung KUA, dan judul yang jelas. Narasi atau caption dalam postingan tersebut menyebutkan Kantor Urusan Agama (KUA) berperan penting dalam program ini dalam pemberdayaan zakat dan wakaf dan menggunakan hastag berupa #GerakanIndonesiaBerwakaf #Wakaf #BWI #KUA #PenghuluBerwakaf #IndonesiaBerwakaf #WakafUang #BadanWakafIndonesia, dll untuk memperluas jangkauan. Menurut (Sulistiani et al., 2021), visual penting untuk diperhatikan karena berfungsi sebagai tampilan yang menarik. Caption menjelaskan tujuan, tema, dan tindakan program untuk menarik audiens untuk melihat gambaran program dan memahami peran untuk berkontribusi program "Catin Berwakaf".

Postingan ini menampilkan visual ilustrasi ASN Kemenag, guru dan murid, dosen dan mahasiswa, serta penghulu, penyuluh, dan majelis taklim untuk berpartisipasi dalam Program "Gerakan Wakaf Uang Kementerian Agama 1446 H". Gambar ini terdapat penjelasan tentang mekanisme wakaf uang dan logo Badan Wakaf Indonesia (BWI) dan Bank Syariah

Indonesia (BSI) untuk memberi validasi legalitas. Bagian pojok poster memberitahukan langkah tata cara berwakaf melalui website. Caption menjelaskan tujuan program ini kepada audiens agar yakin untuk berpartisipasi. Terdapat ajakan atau *call to action* secara eksplisit untuk mengakses platform resmi Badan Wakaf Indonesia (BWI). Menurut (Entman, 1993) menjelaskan visual dalam postingan ini berfungsi untuk menyampaikan program kepada umum dengan cepat dan caption ini bermanfaat dan mudah dipahami bagi audiens karena menjelaskan tujuan yang terstruktur dan tegas. Berdasarkan penelitian (Sulistiani et al., 2021) juga menjelaskan bahwa postingan ini dapat menciptakan *immersive educational framing* yang membingkai sebuah penjelasan konsep program wakaf dan partisipasi para pelayanan publik untuk menguatkan ekosistem wakaf nasional di Badan Wakaf Indonesia (BWI).

4. Infografis tentang Wakaf



Gambar 4.23 Berwakaf Menggunakan QRIS



Gambar 4.24 Berwakaf Menggunakan QRIS

Postingan gerakan Indonesia berwakaf via QRIS, diperjelas dengan menampilkan visual utama dengan meletakkan kode QR besar tertelak di tengah untuk mempermudah audiens untuk langsung scan QR menggunakan handphone pribadinya. Postingan ini berjudul “Jadikan Wakaf Sebagai Amal Keseharian Kita” dan bertujuan agar “Wakaf Kita untuk Kemajuan Bangsa” yang diperjelas dalam gambar dan terdapat tagline “Gerakan Indonesia Berwakaf” dan logo BWI. Warna yang digunakan yaitu latar langit biru yang cerah dan beberapa ilustrasi seperti masjid, beras, uang, buku, serta ilustrasi keluarga muslim

(ayah, ibu, dan anak-anak) menggambarkan bahagia untuk berwakaf dan mengamalkannya di program Badan Wakaf Indonesia (BWI) sebagai “Amal Keseharian Kita”. Menurut (Entman, 1993) visual dalam gambar ini mendefinisikan sebuah solusi untuk mempermudah audiens untuk berwakaf dibantu dengan kode QR QRIS, didukung oleh caption memberikan semangat, menyadarkan amal jariyah, dan memberikan ajakan untuk langsung scan QRIS. Menurut (Sulistiani et al., 2021), pernggabungan ini mewujudkan sebuah *immersive persuasive framing* untuk mempermudah audiens memahami nilai spiritual dengan melaksanakan wakaf digital dengan satu klik saja.

Gambar dari postingan ini menggambarkan suasana spiritual yang melekat dengan simbol masjid sebagai tempat ibadah. Terdapat kode QRIS ditengah untuk mempermudah audiens untuk melakukan donasi. Judul dari visual ini “Setiap Wakaf Menumbuhkan Harapan” berwarna kuning dan mempertegas ajakan yang kontras dengan latar warna biru. Penjelasan juga terdapat kalimat “Mari berwakaf dalam program Dana Abadi Masyarakat Indonesia (DAMAI)...”. Menurut (Entman, 1993), elemen visual dan tekstual digunakan untuk menonjolkan solusi

dalam bentuk wakaf digital melalui Dana Abadi Masyarakat Indonesia (DAMAI) dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, seperti harapan dan keberkahan hari Jumat. Berdasarkan penelitian (Sulistiani et al., 2021) juga terdapat penegasan tema mengandung agama dan kemajuan teknologi yang mempermudah audiens untuk terdorong segera bertindak yang menciptakan *immersive persuasive framing*.

2) Membingkai Makna dalam Postingan

Menurut (Adinugraha et al., 2024; GÜRAN & ÖZARSLAN, 2022; Nadya et al., 2023) postingan Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) membingkai nilai persepsi audiens terhadap visual dan teks dari konten Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) terbentuk berdasarkan agama dan spiritualitas, solidaritas sosial, dan inovasi digital. Ketiga dimensi utama tersebut membawakan nilai dasar budaya Islam, perpaduan sosial, dan perkembangan zaman di era digital yang saling melengkapi. Berikut adalah nilai yang dibingkai oleh Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) :

1. Agama dan Spiritualitas

Visual beberapa postingan menggunakan simbol keagamaan dan kutipan islami seperti ayat atau hadist sebagai penegasan bahwa wakaf adalah cerminan kehidupan beragama agar terciptanya sebuah keharmonisan antara kegiatan sehari-hari dan

spiritual seorang muslim yang beriman (Rahmawati et al., 2021). Caption setiap postingan membantu muslim untuk mengingat berbagi dengan caption doa, manfaat berwakaf, dan mengingatkan kehidupan akhirat untuk menggerakkan hati audiens untuk berdonasi dan mengingat ibadah jariyah.

2. Solidaritas Sosial

Kegiatan penyerahan sertifikat wakaf yang diunggah dalam Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) diserahkan kepada pihak penerima wakaf. Dokumentasi tersebut menyoroti hubungan antara nazhir, lembaga pemerintahan, dan masyarakat. Menurut (GÜRAN & ÖZARSLAN, 2022), narasi yang telah dilakukan Badan Wakaf Indonesia tersebut berperan penting untuk membangun solidaritas dan empati kepada audiens. Nilai ini mengajak audiens untuk mengetahui manfaat wakaf sebagai sarana kesejahteraan umat. Caption yang menampilkan penerima manfaat ini mengusahakan rasa kebersamaan kepada audiens dan mengajak berwakaf, sejalan dengan konsep framing *social influence* (Adinugraha et al., 2024).

3. Inovasi Digital

Aktivitas modernisasi ditunjukkan dengan adanya kode QRIS dan website yang bisa diakses kapan saja dengan mudah.

Menurut (Nadya et al., 2023) pendekatan framing dalam inovasi digital menggunakan isyarat utama, seperti detail teknis dalam proses registrasi, untuk membangun kepercayaan yang dirasakan dan mengatasi berbagai hambatan dalam adopsi teknologi. Penggabungan tautan pendaftaran, panduan langkah demi langkah untuk menggunakan aplikasi, dan jaminan sertifikat elektronik dalam caption berfungsi untuk memperkuat narasi bahwa proses wakaf telah mengalami transformasi dari sistem birokrasi menjadi mekanisme yang lebih praktis dan transparan.

C. Hasil Analisis

1. Peran wakaf digital di media sosial pada Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Peran Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam memanfaatkan media sosial terutama Instagram yaitu untuk menerapkan wakaf digital agar mudah dijangkau oleh masyarakat luas bahwa Badan Wakaf Indonesia (BWI) memanfaatkannya sebagai alat komunikasi, merujuk pada penelitian milik (Sulistiani et al., 2021) bahwa penggunaan sosial media di Indonesia meningkat sejak pandemi. Sosial media terutama Instagram berfungsi sebagai sarana informasi wakaf. Masalah di Indonesia yang dihadapi oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) yaitu mengalami rendahnya literasi. Sehingga, media sosial Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI) berperan sebagai tempat memberi edukasi, kampanye digital, dan transparansi berbagai aspek wakaf yang ada di peran Badan Wakaf Indonesia (BWI). Informasi yang disampaikan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) berisi edukasi, naratif, dan ajakan kepada audiens

dengan mengunggah foto dokumentasi, gambar, dan infografis sejalan dengan penelitian (Rahmawati et al., 2021) bahwa digitalisasi menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi dan edukasi wakaf. Pemanfaatan tersebut agar menciptakan ruang interaktif dengan audiens di media sosial terutama Instagram, menciptakan rasa keterkaitan dan solidaritas sosial untuk terlibat, dan diharapkan dapat meningkatkan rasa percaya audiens kepada *stakeholder* Badan Wakaf Indonesia (BWI).

Peran digitalisasi wakaf yang dilaksanakan oleh stakeholder Badan Wakaf Indonesia (BWI) mengajak audiens secara luas untuk berpartisipasi dalam penyebaran informasi penggalangan dana. Inovasi yang telah diusahakan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam menginformasikannya dan mempengaruhi partisipasi audiens untuk melakukan wakaf uang yaitu membuat QRIS dan website melalui www.BerkahWakaf.id menurut (Adinugraha et al., 2024) penting untuk melibatkan inovasi digital dalam mempermudah akses wakaf digital. Sehingga media sosial ini diharapkan dapat mempermudah akses audiens untuk berpartisipasi wakaf, mudah dipahami, dan mampu integrasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 4.1

Peran Badan Wakaf di Media Sosial

No.	Peran Badan Wakaf Indonesia
1.	Mengelola dan menyajikan konten edukasi berupa gambar dan infografis yang informatif dan menarik berupa kisah nabi, motivasi berwakaf, dan literasi wakaf untuk meningkatkan pemahaman audiens dalam memahami wakaf digital.
2.	Mengelola dan menyajikan konten naratif berupa dokumentasi yang dikemas dengan informatif dan menarik menggunakan

	foto dokumentasi membagikan <i>moment</i> dalam acara resmi yang telah berlangsung sebelumnya.
3.	Mengeola dan menyajikan konten ajakan untuk berwakaf dengan mengoptimalkan digitalisasi QRIS yang ditampilkan dalam postingannya.
4.	Mengelola dan membagikan poster ajakan kepada audiens untuk berpartisipasi dan berdonasi setiap program wakaf melalui diskusi publik di program seminar, tanya jawab, berwakaf uang melalui QRIS, berwakaf uang melalui website, dan talkshow.
5.	Membagikan kegiatan program penyaluran wakaf secara berkala di media sosial yang digunakan untuk alat transparansi dari Badan Wakaf Indonesia (BWI) kepada audiens.
6.	Mengelola dan mengembangkan manfaat sosial media sebagai alat kampanye digital wakaf dengan mengajak masyarakat berwakaf melalui QRIS dan website Badan Wakaf Indonesia (BWI) yang telah disediakan.
7.	Mengelola setiap kemudahan untuk masyarakat mudah berwakaf dimana saja dan kapan saja.
8.	Mengelola kampanye wakaf untuk bekerja sama dengan tokoh masyarakat dan influencer untuk memperluas penyebaran informasi wakaf.
9.	Mengawasi dan mengukur efektivitas media sosial bagi Badan Wakaf Indonesia (BWI).
10.	Mempelajari dan menganalisis tren yang sedang ramai dimasyarakat luas dan mengadopsinya untuk strategi mengembangkan konten di postingan media sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI).
11.	Mengawasi dan mengevaluasi postingan dan konten media sosial Badan Wakaf Indonesia dengan pendekatan yang sesuai

kebutuhan dan karakteristik audiens untuk menyampaikan informasi wakaf yang tepat, menarik, dan berdampak.
--

2. Pemetaan bingkai media sosial pada media sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Pemetaan bingkai media sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI) meneliti tiga framing yaitu framing edukasi, framing naratif, dan framing ajakan. Berikut adalah pembahasa hasil dari setiap framing atau pemetaan bingkai media sosial terutama Instagram milik Badan Wakaf Indonesia (BWI) :

- 1) Framing edukasi dari penelitian (Sulistiani et al., 2021) yang menyoroti peran Instagram dalam literasi wakaf menyampaikan konsep dan manfaat wakaf melalui infografis, postingan yang mengandung ayat Al-Qur'an dan hadis, serta penjelasan tata cara berwakaf bertujuan untuk membangun pengetahuan dan kesadaran tentang wakaf dengan jelas.
- 2) Framing naratif merujuk temuan (Rahmawati et al., 2021) membahas dokumentasi penyaluran wakaf melalui media sosial, menampilkan kisah inspiratif dan dokumentasi penyaluran wakaf untuk memperkuat kepercayaan publik terhadap transparansi dan manfaat wakaf. Tujuannya untuk menguatkan ikatan emosional dengan menceritakan kisah wakif dan dampak langsung wakaf di lapangan.
- 3) Framing ajakan dari penelitian milik (Rahma et al., 2021) meneliti strategi komunikasi digital dalam mendorong partisipasi wakaf menggunakan pesan langsung dan visual yang menarik untuk mendorong audiens segera berwakaf, seperti dengan mencantumkan QRIS atau

tautan donasi dalam postingan. Framing ajakan yang disampaikan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) menekankan urgensi dan kemudahan aksi wakaf digital. Kombinasi ketiga bingkai ini secara komplementer memungkinkan BWI menjangkau audiens dengan pendekatan informasi, emosional, dan aksi, sehingga menciptakan strategi komunikasi yang holistik dan adaptif.

Tabel 4.2
Dominasi Setiap Framing

Jenis Framing	Frekuensi	Persentase
Framing Edukasi	23	10,27%
Framing Narasi	19	8,48%
Framing Ajakan	31	13,84%

Data ini memperlihatkan bahwa framing ajakan mendominasi sebagai strategi utama, diikuti edukasi dan naratif. Badan Wakaf Indonesia (BWI) berusaha mengajak audiens untuk mempercepat tindakan atau mengambil keputusan dalam berdonasi di wakaf uang mereka melalui QRIS dan tautan donasi. Maka dari itu, edukasi dan narasi membutuhkan peningkatan dalam membangun kepercayaan audiens untuk berpartisipasi.

Table 4.3
Penyajian Pemetaan di Media Sosial Badan Wakaf Indonesia

Strategi Komunikasi	Penyajian Pemetaan di Media Sosial
Edukasi	1. Membagikan literasi tentang konsep wakaf beserta manfaatnya dan

	<p>membagikan tata cara berwakaf melalui postingan infografisnya.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Membagikan literasi menggunakan kutipan ayat Al-Qur'an yang membagikan dan meningkatkan pemahaman literasi wakaf. 3. Menyajikan infografis yang menyajikan informasi tentang literasi program wakaf seperti wakaf uang. 4. Edukasi dalam gambar, infografis, dan caption setiap postingan memberikan tambahan literasi wakaf yang mudah dipahami audiens, informatif, jelas, dan menarik.
Naratif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membagikan dokumentasi penyaluran wakaf seperti dukungan sosial, penyaluran sertifikat tanah wakaf, dan pembangunan masjid dengan menampilkan foto acara berlangsung. 2. Membagikan kisah inspiratif para wakif dan nazhir dalam postingannya dengan mengajak untuk berkontribusi dalam berwakaf dan memberikan kepercayaan dari tokoh pengelola wakaf langsung untuk meningkatkan kepercayaan audiens. 3. Membagikan dokumentasi setiap program yang pernah berlangsung dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan audiens kepada Badan

	<p>Wakaf Indonesia (BWI), membangun hubungan emosional dari penerima manfaat wakaf yang diharapkan menginspirasi audiens untuk berwakaf, dan membangun kepercayaan publik kepada Badan Wakaf Indonesia (BWI) dalam partisipasi acara resmi dari <i>stakeholder</i> ini.</p>
Ajakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membagikan setiap postingan ajakan dengan menampilkan kode QRIS untuk mendorong secara eksplisit agar audiens langsung berdonasi dengan mudah, hanya memindai kode yang telah tersedia menggunakan ponsel pribadi milik mereka. 2. Menggunakan kalimat persuasive di dalam caption dan gambar postingan seperti “Yuk berwakaf sekarang!”, “Gabung segera dalam Gerakan Indonesia Berwakaf”, dan “Mari berkontribusi melalui wakaf digital” berfungsi untuk mendorong tindakan berdonasi langsung. 3. Postingan infografis dengan tampilan yang interaktif, menggunakan ilustrasi keagamaan yang menarik perhatian seperti masjid dan umat muslim sedang berwakaf. 4. Mendorong, meningkatkan, dan menyesuaikan kebutuhan audiens

	dengan menyederhanakan dan mengajak untuk donasi wakaf dengan QRIS agar meningkatkan jumlah donasi.
--	---

3. Wakaf digital dan media sosial dapat menyampaikan pesan nilai keagamaan, sosial, dan inovasi digital Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Badan Wakaf Indonesia (BWI) mewujudkan wakaf digital untuk mewujudkan amal jariyah bagi umat muslim yang ada di Indonesia. Amalan yang mengabungkan nilai keagamaan, sosial, dan inovasi digital. Berikut adalah tujuan nilai utama yang ditampilkan di media sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI) :

1) Keagamaan

Tranformasi digital wakaf dari (Rahma et al., 2021) postingan Badan Wakaf Indonesia (BWI) telah menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan keagamaan dan membangun kepercayaan publik terhadap wakaf digital. Wakaf dipresentasikan sebagai ibadah yang bernilai pahala abadi dan memiliki dasar kuat dalam ajaran Islam. Keterangan dan gambar disetiap postingan Badan Wakaf Indonesia (BWI) memuat doa, hadits, dan kutipan ayat berfungsi sebagai penunjang kepercayaan umat Islam untuk berwakaf.

2) Sosial

Postingan menunjukkan mengajak audiens untuk membangun kesejahteraan masyarakat. Menurut (Aziz, 2017) penguatan kepercayaan publik terhadap wakaf uang melalui pendekatan keagamaan dan regulasi yang lebih jelas. Berusaha untuk membangun dan mneyatukan kepedulian

sosial audiens yang dibangun oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) untuk mewujudkan manfaat lebih luas lagi dalam berbagi dan berkontribusi. Dokumentasi penyerahan sertifikat dan dokumentasi lapangan mengokohkan legitimasi kelembagaan dan membentuk solidaritas sosial sesuai kerangka.

3) Inovasi digital

Badan Wakaf Indonesia (BWI) memanfaatkan platform digital, seperti QRIS, situs web resmi, dan fintech syariah, sehingga wakaf menjadi lebih praktis, transparan, dan dapat dilakukan kapan saja. Dapat memudahkan aksi langsung sekaligus menegaskan *treatment recommendation*, selaras dengan teori (Entman, 1993). Menambahkan kode QRIS setiap postingannya diharapkan dapat mempermudah audiens untuk berpartisipasi dalam berwakaf.

Tabel 4. 4

Nilai Keagamaan, Sosial, dan Inovasi Digital Media Sosial Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Dimensi Nilai	Dampak yang Ingin Dicapai
Keagamaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menumbuhkan motivasi spiritual audiens bahwa wakaf adalah ibadah bernilai karena investasi akhirat dan melakukan hal baik dengan beramal agar membantu sesama manusia dengan berdonasi wakaf. 2. Membangun kesadaran berwakaf sebagai rutinitas spiritual yang bisa dilakukan kapan saja agar memiliki pahala yang terus mengalir.

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Membingkai manfaat wakaf sebagai investasi spiritual yaitu membantu umat manusia di dunia dan mendapatkan pahala yang mengalir di akhirat yang diperkuat menggunakan Al-Qur'an, hadist, doa, dan kisah nabi dalam berkampanye digital. 4. Menumbuhkan pola pikir kepada masyarakat bahwa melakukan donasi wakaf bisa dilakukan oleh siapa saja yang ingin melakukan amal jariyah, maka setiap individu bisa berkontribusi memulai dari nominal kecil.
Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menumbuhkan rasa solidaritas yang kuat untuk peduli kepada umat manusia dengan mengadakan program-program wakaf yang bermanfaat bagi keajahteraan umat seperti sertifikasi tanah wakaf di Banten, pembagunan Masjid Jami' Al Ikhlas di Sulawesi Selatan, sekolah MIS Alwashiliyah, dan diharapkan dapat mengoptimalkan dana wakaf untuk disalurkan kepada infrastruktur negara yang lain seperti jalan, rumah sakit, bantuan sosial, dan lain lain yang akan berdampak nyata dalam kehidupan sehari-hari. 2. Melalui program dana wakaf produktif yang terkumpul di lembaga Badan Wakaf Indonesia (BWI) dapat disalurkan untuk memberdayakan ekonomi umat, agar mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang mendapatkan manfaatnya.

	<p>3. Melalui program acara seminar, webinar, talk show, dan program-program Badan Wakaf Indonesia (BWI) yang mengajak melibatkan masyarakat luas diharapkan mampu meningkatkan partisipasi publik dan semua orang bisa berdonasi.</p>
<p>Inovasi Digital</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menerapkan inovasi digital QRIS untuk menghilangkan hambatan yang menyebabkan audiens sulit berwakaf, maka kemudahan berwakaf dipengaruhi oleh inovasi digital tanpa harus datang ke kantor lembaga wakaf atau masjid. 2. Meningkatkan kepercayaan audiens dengan melakukan transparansi di media sosial, namun ini adalah tantangan bagi <i>stakeholder</i> wakaf karena laporan transaksi dalam pengelolaan dana, penyaluran dana, dan transaksi wakaf tidak dapat diakses secara real time. Maka dari itu membutuhkan penguatan mengelola wakaf dengan kredibel dan akuntabel agar masyarakat percaya bahwa digunakan sesuai peruntukannya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji peran wakaf digital melalui media sosial dalam meningkatkan literasi dan partisipasi masyarakat terhadap wakaf, khususnya melalui platform Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI). Penerapan Strategi Framing pada Media Sosial Penelitian ini mengungkap bahwa BWI telah mengadopsi strategi komunikasi digital yang komprehensif melalui akun Instagram dengan mengintegrasikan tiga pendekatan framing, yaitu :

- 1) Framing edukasi berisi penyuluhan dan literasi wakaf digital lewat infografis, kutipan ayat dan hadist, serta penjelasan tata cara berwakaf dalam setiap postingan Instagram. Presentasi konten ini mencapai sekitar 10,27% dan berperan penting dalam upaya membangun pemahaman konseptual masyarakat.
- 2) Framing naratif membagikan cerita dokumentasi penyaluran wakaf, membagikan *moment* kegiatan resmi yang diselenggarakan Badan Wakaf Indonesia (BWI), kegiatan seminar dan *talkshow* untuk membangun kedekatan emosional antara Badan Wakaf Indonesia (BWI) dan masyarakat. Pendekatan ini menyumbang sekitar 8,48% dalam upaya meningkatkan kepercayaan publik melalui penyajian kisah inspiratif.
- 3) Framing ajakan mendorong tindakan langsung melalui penyertaan *call to action*, seperti penggunaan QRIS dan tautan donasi. Strategi ini mendominasi dengan sekitar 13,84% dari konten yang ada, efektif dalam upaya membangun partisipasi aktif masyarakat.

Nilai keagamaan, sosial, dan inovasi digital melalui ketiga pendekatan tersebut, Badan Wakaf Indonesia (BWI) berhasil

menyampaikan pesan yang tidak hanya bersifat keagamaan, tetapi juga mengandung dimensi sosial dan inovasi digital.

- 1) Nilai keagamaan, sebagai amal jariyah bagi yang melakukan donasi wakaf. Pahala terus mengalir yang diperkuat oleh ayat dan hadist yang diserukan tiap berkampanye digital disetiap postingan.
- 2) Nilai sosial dikemas sebagai instrumen peningkatan kesejahteraan umat, dengan dokumentasi proyek sosial seperti pembangunan masjid dan sekolah.
- 3) Nilai inovasi digital menggunakan teknologi QRIS dan website mempermudah akses wakaf, menghilangkan hambatan birokrasi, dan meningkatkan transparansi pengelolaan wakaf.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi digital BWI menunjukkan efektivitas dalam meningkatkan literasi wakaf dan partisipasi publik, namun masih terdapat tantangan yang perlu dioptimalkan:

- 1) Framing edukasi dan naratif perlu diperkuat untuk memastikan masyarakat benar-benar memahami konsep wakaf sebelum diajak berpartisipasi.
- 2) Transparansi pengelolaan wakaf perlu dikembangkan lebih lanjut, misalnya dengan fitur laporan wakaf digital yang lebih mudah diakses oleh publik.
- 3) Strategi interaktivitas perlu ditingkatkan, misalnya dengan konten polling, diskusi langsung, dan gamifikasi digital untuk menarik lebih banyak audiens.

Pesan-pesan ini berperan penting dalam membangun kesadaran serta partisipasi publik terhadap program wakaf. Digitalisasi pengelolaan wakaf melalui media sosial berdampak positif pada transparansi, efisiensi, dan penyebaran informasi, meskipun masih

menghadapi kendala rendahnya literasi wakaf di kalangan masyarakat. Tantangan dalam digitalisasi wakaf yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI) menunjukkan potensi besar untuk memperluas jangkauan dan partisipasi melalui media sosial yang perlu menjadi fokus evaluasi dan pengembangan ke depan.

B. Saran

- 1) Mengembangkan aplikasi atau portal digital berbasis online yang terintegrasi dengan sistem pembayaran seperti dan fitur pelaporan transparan untuk mempermudah proses donasi dan akses informasi secara real-time untuk memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan wakaf.
- 2) Badan Wakaf Indonesia (BWI) perlu meningkatkan kerja sama dengan fintech syariah, influencer, serta lembaga pendidikan yang berkecimpung dalam ekonomi Islam untuk menyebarkan literasi wakaf digital.
- 3) Penelitian selanjutnya bisa mengeksplorasi penggunaan dan efektivitas strategi komunikasi di berbagai platform media sosial selain Instagram. Menggunakan studi perbandingan untuk mengungkap karakteristik masing-masing platform mempengaruhi pesan wakaf digital diterima dan menambah partisipasi masyarakat.
- 4) Penelitian lebih mendalam tentang faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan individu untuk berwakaf digital. Melalui survei atau wawancara mendalam dengan mengidentifikasi elemen-elemen keyakinan, nilai keagamaan, dan kekuatan naratif yang secara signifikan memotivasi partisipasi donasi.
- 5) Mengingat pentingnya pesan ajakan atau *call to action* dalam meningkatkan partisipasi, penelitian lanjutan dapat mengevaluasi peran *influencer* dan kolaborasi antara Badan Wakaf Indonesia (BWI) dengan *fintech syariah* atau lembaga pendidikan dalam

memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan kredibilitas praktik wakaf digital.

- 6) Penelitian ini belum melakukan uji reliabilitas antar peneliti karena analisis dilakukan secara mandiri oleh penulis. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan ahli dalam proses validasi data untuk meningkatkan objektivitas dan konsistensi hasil analisis framing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, J. (2018). Tata Cara Dan Pengelolaan Wakaf Uang Di Indonesia. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 4(1), 87. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3033>
- Adams, E. M., & Goffman, E. (1979). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. In *Philosophy and Phenomenological Research* (Vol. 39, Nomor 4). <https://doi.org/10.2307/2106908>
- Adinugraha, H. H., Shulthoni, M., & Sain, Z. H. (2024). *Transformation of cash waqf management in Indonesia: Insights into the development of digitalization*. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 3(1), 50–66. <https://doi.org/10.20885/risfe.vol3.iss1.art4>
- Aichner, T., & Jacob, F. (2015). *Measuring the degree of corporate social media use*. *International Journal of Market Research*, 57(2), 257–275. <https://doi.org/10.2501/IJMR-2015-018>
- Amaliyah, N., Maslahah, M., Leviansyah, M. R., Pramuja, M. W., & Rahmawati, L. (2022). Waqaf Uang Digital: Tranformasi Dan Implementasi Di Indonesia. *Al-Infq: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.32507/ajei.v13i1.986>
- Anggraini, R. D., Dewi, N. D., & Rofiq, M. (2024). Optimalisasi Potensi Wakaf di Indonesia: Tantangan dan Peran Digitalisasi dalam Penguatan Manfaat Wakaf bagi Masyarakat. *Journal of Islamic Business Management Studies*, 5(1), 60–67.
- Arati, S. (2020). Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Media Sosial (Studi pada Mahasiswa STISIPOL Pahlawan 12 Sungailiat Bangka). *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 38–46. <https://doi.org/10.47995/jik.v3i1.39>
- Arifin, M & Asfani, K. (2014). Instrumen Penelitian Kualitatif dan Pengembangan. *Academia*.
- Aziz, M. (2017). Peran Badan Wakaf Indonesia (BWI) Dalam Mengembangkan Prospek Wakaf Uang Di Indonesia. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 1(2), 188–208. <https://doi.org/10.30736/jes.v1i2.15>

- Azka, A. (2023). Peran Wakaf Dalam Perkembangan Ekonomi Di Negara Asean Amalia Azka. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 101–115. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.864>
- Baedawi, I. K. (2003). Fiqh Wakaf. *Proyek Peningkatan Zakat dan Wakaf Direktorat Jenderal Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji*, 127.
- Board, W., Arrasya, S. N., & Muhtadi, M. (2024). *Waqf Literacy Strategy for Empowering Waqf Based on Digital Media Platforms (Case Study at the Indonesian. 0(Icdcde)*. <https://doi.org/10.2991/978-2-38476-285-9>
- Bonang, D., Ismail, S., & Sukmana, R. (2024). *Empowering the Future of Cash Waqf Through Digitalisation: an Insight Into the Philanthropic Intention of the Indonesian Muslim Community. ISRA International Journal of Islamic Finance*, 16(S1), 94–117. <https://doi.org/10.55188/ijif.v16iS1.586>
- Bungin, Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Diniyah Sukma, E. L. (2021). Wakaf Produktif Berbasis Digital Sebagai Instrumen Pengembangan Kebijakan Moneter Islam. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 4(1), 11–21. <http://www.ejournal.iaitaboh.ac.id/index.php/musthofa/article/view/6>
- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fauziah, F., & Hidayati, U. (2021). *Cash Waqf Fundraising at Indonesian Waqf Agency (BWI)*. <https://doi.org/10.4108/eai.2-11-2020.2305067>
- GÜRAN, M. S., & ÖZARSLAN, H. (2022). Framing Theory in the Age of Social Media. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 48, 446–457. <https://doi.org/10.52642/susbed.1142562>
- Harrieti, N., & Abubakar, L. (2020). *the Urgent Need for the Establishment of Waqf Bank: the Case of Indonesia. Hamdard Islamicus*, 43, 862–873. <https://doi.org/10.57144/hi.v43iSpecialIssue.231>
- Ismail Fakhri, Irfan Syauqi Beik, & Endar Hasafah Nugrahani. (2023). Strategi Pemasaran Program Wakaf Yayasan Hutan Wakaf Bogor. *Al-Muzara'Ah*, 11(2), 177–186. <https://doi.org/10.29244/jam.11.2.177-186>
- Izzah, N., & Soemitra, A. (2022). *The Role Of Cash Waqf In Alleviating Poverty: Literature Study. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3459. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.5897>

- Jum'adah, Ahmadi, & Irdhayanti, E. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan WakaFf) di Yayasan Pondok Digital Aghnia Kubu Raya. *Jurnal Riset Ilmu Pertanian Dan Ekonomi*, 1(1), 42–47.
- Krippendorff, K. (2013). *Methodology, Content Analysis: An Introduction to its*. In *International encyclopedia of communication* (hal. 1–97).
- López-Rabadán, P. (2022). *Framing studies evolution in the social media era. Digital advancement and reorientation of the research agenda. Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/socsci11010009>
- Maisyarah, A., & Hadi, K. (2024). Implementasi Model Pengelolaan Wakaf Berbasis Digital dalam Meningkatkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sdg's). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 887. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12079>
- Marwal, I. (n.d.). *Wakaf Digital : Meretas Peluang Baru Dalam Era*.
- Muhammad Fathrul Quddus, Manoarfa, H., & Suci Aprilliani Utami. (2022). Masalah dan Solusi Penghimpunan Wakaf Tunai di Indonesia: Pendekatan Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(5), 710–730. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp710-730>
- Muis, A. R. C., Putri, M. U., Amalia, Z., Khalifah, N. P., & Faatimah, F. (2023). Perbandingan Sistem Wakaf Sebagai Implementasi Kebijakan Distribusi Sosial (Studi Kasus: Arab Saudi Dan Malaysia). *Hasanuddin Journal of International Affairs*, 3(1), 24–34. <https://doi.org/10.31947/hjirs.v3i1.25509>
- Mutmainah, liyatul, Nurwahidin, & Huda, N. (2021). *Waqf Blockchain in Indonesia: at A Glance. Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, 14(1), 31–49.
- Nadya, V. A., Nurhalim, A., & Irfany, M. I. (2023). *Marketing Mix Strategy in Waqf Online Fundraising Platform: An Importance-Performance Analysis. Al-Muzara'Ah*, 11(2), 119–132. <https://doi.org/10.29244/jam.11.2.119-132>
- Nuradi, Nurul Huda, & Husnul Khatimah. (2024). Inovasi Wakaf di Era Digital dalam Mengoptimalkan Potensi untuk Pembangunan Berkelanjutan di Negeri Berkembang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6), 3546–3559. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i6.2773>
- Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49–63. <https://doi.org/10.24239/qaumiyyah.v1i1.4>

- Rahma, M., Najib, M., & Saptono, I. T. (2021). Analisis Intensi Wakif Gen Y Dalam Gerakan Digital Berwakaf Uang Atau Melalui Uang Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 7(3), 763–777. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.3.763>
- Rahmawati, Thamrin, H., Guntoro, S., & Kurnialis, S. (2021). Transformasi Digital Wakaf BWI Dalam Menghimpun Wakaf Di Era Digitalisasi. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 532–540. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8375](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8375)
- Rani, M. A. M., Mohd Arif, M. I. A., Adenan, F., Moidin, S., Deen Ahmad Rosli, M. S., Nordin, M. N., & Izham, S. S. (2022). *Contemporary Research in Islamic Philantrophy: an Analysis of the Needs and Directions of the Field of Waqf. Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 13(9), 5805–5813. <https://doi.org/10.47750/pnr.2022.13.S09.700>
- Rohim, A. N., Priyatno, P. D., & Sari, L. P. (2022). *Transformation of Waqf Management in The Digital Era: A Meta Synthesis Study. AL-FALAH : Journal of Islamic Economics*, 7(2), 209. <https://doi.org/10.29240/alfalah.v7i2.5421>
- Sitompul, R. H., & Lubis, R. H. (2023). Optimalisasi Pemberdayaan Literasi Wakaf Berbasis Kontent Digital Society 5.0. *Journal of ...*, 4, 253–268. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/JISFIM/article/view/10298>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi, dan Studi Kasus.* (1st ed.). Alfabeta.
- Sukmana, R., Pitchay, A. A., & Jalil, M. I. A. (2021). *Comparison of Government and Private Based Waqf Institutions Management: Case Study of Indonesia and Malaysia. Labuan E-Journal of Muamalat & Society*, 15(October), 25–37. <https://jurcon.ums.edu.my/ojums/index.php/LJMS/article/view/3479>
- Sulistiani, S. L., Mulyadi, D., & Gumilar, A. S. (2021). Literasi Wakaf Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Berwakaf Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1551–1560. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3031>
- Swarna, M. F., Rumardani, A., Saputra, E. adi, Nuryadi, D. P., Al-mufid, M. D., & Amalia, N. (2024). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal. *Karimah Tauhid*, 3(1), 1012–1019. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.11841>

Syarifuddin, D. R. (2022). JASIMA: JURNAL KOMUNIKASI KORPORASI DAN MEDIA Pola Komunikasi Publik di Era *Digital Public Communication Patterns in the Digital Era*. *Jurnal komunikasi korporasi dan media*, 3(2), 173–174.

LAMPIRAN

Framing Edukasi
https://www.instagram.com/p/CvoycXorGzm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTZrN2s1ZWw2bTlqOQ==
https://www.instagram.com/p/C49SylTh1vN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=bjg2NjU2eGc3OW9m
https://www.instagram.com/p/C8B5E2hB4L0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=cWxuZz11NDd0d200
https://www.instagram.com/p/C8HCRIxBEeL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=d3l6NmxxbXljdGY1
https://www.instagram.com/p/C8Y_6aHBmN3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXJyZTNvdTU3Z2ZqZg==
https://www.instagram.com/p/C83K4nEBX5u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTI3YTF3YnpIY3hzYQ==
https://www.instagram.com/p/C83zQYOhqHD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MW82dTZnOHVyMHgxMg==
https://www.instagram.com/p/C85WQ6PiSI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWFnZzVudHR3NnNodg==
https://www.instagram.com/p/C86eAkdh_rM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTZ2YWN3Y3U3bjF6eQ==
https://www.instagram.com/p/C9giLkBSp4n/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=OHJuZWx2aXp2N3po
https://www.instagram.com/p/C_Qbl6TBNs0/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWxmYtZ5NjNkZDY4OA==
https://www.instagram.com/p/C_aQv8sh7ow/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=cWIyenRucnRkbmZv
https://www.instagram.com/p/DDFBS15yMpP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=cjk2dW1rbWdsbmF5

Framing Naratif
https://www.instagram.com/p/C5A1yhtLF17/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWQ0bDl6eHcwbTF6Yg==
https://www.instagram.com/p/C73foFOhQP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=aHZ2dHFkaXdzM2M5
https://www.instagram.com/p/C75d3aKhIw_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=eGJsZmF0aDlqNWtu
https://www.instagram.com/p/C9hlN8sBANI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWlneXJldmt0ZGR2NA==
https://www.instagram.com/p/C9i03SEBLpg/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MW5nb3ZjY3l2ZzlreA==
https://www.instagram.com/p/C_r3VauxpmZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=aGw1dTlyeHJhYWQ0
https://www.instagram.com/p/C_sTgXZqbNv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWs2eGQxa2FxyZE2cA==
https://www.instagram.com/p/DA9444jzNDR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=eDNtdmp3b3JiYWQ2
https://www.instagram.com/p/DBaMfDbyqHf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=Ymh3a2h5N2VqZmhj
https://www.instagram.com/p/DBqWjcdSt31/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=YndvcDdvOWlsaDBk
https://www.instagram.com/p/DBz6_HRSz2E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXF2aTAzNTdhMzZxbw==
https://www.instagram.com/p/DB3jWcuSFbc/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=dmlnaXQzdThzcWY4
https://www.instagram.com/p/DCDJaZNS9OM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWF0NDkxZTk3bTVzcA==
https://www.instagram.com/p/DCI870lzlL3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTl6bDBpNWV4aGFxdg==

https://www.instagram.com/p/DCTXXVBSYS6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXdsajBqZ2V4dTUwOA==

https://www.instagram.com/p/DCTiP9Jyfqm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=aDFvcHk3dTBvOTF4

https://www.instagram.com/p/DCeVvjLy7AX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXdycHg1dW92Zmk0bw==

https://www.instagram.com/p/DCok4OPya7u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=aDNsb3Zua2ZhYmN1

https://www.instagram.com/p/DDuLYJsSSPI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTdteHd5dXp3NXhhZg==

Framing Ajakan
https://www.instagram.com/p/C31uCtsr12L/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=ZWx5MzU2ODNvMXII
https://www.instagram.com/p/C4HG_TEBLx3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTg4Y3Vzb3l3MDQzMw==
https://www.instagram.com/p/C4bw5ofB7uT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXy4ODc0Mzl2dGtmdg==
https://www.instagram.com/p/C4piXOOOrR4f/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWl3aTNueGttZmx0aQ==
https://www.instagram.com/p/C4r2EQgr9xj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWQzcmFmbHdwaDAwNQ==
https://www.instagram.com/p/C47UHFCrDIn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=bWY3aXRiN3YxcjI5
https://www.instagram.com/p/C5NLg7FL8Sv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTJocGZqdZRxMG1jNA==
https://www.instagram.com/p/C5R-6awBwzD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=YTJ0eHNtaXplahZw
https://www.instagram.com/p/C73UdQOha08/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWJqZXhkMWR3ZjNuYw==
https://www.instagram.com/p/C9OYEguBTMS/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=NmJhc2JkOW1pYWVk
https://www.instagram.com/p/C9cK5gGhdtq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWxiODRkazhieHljaA==
https://www.instagram.com/p/C9grry6B0Tx/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=dDJlcDNsNjhydjY=
https://www.instagram.com/p/C9wUnV1Bgin/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MW14cWVhNXY5NTZwdg==

<p>https://www.instagram.com/p/C-EuhkUh9kA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWc5cHVlaHYyaDY4ag==</p>
<p>https://www.instagram.com/p/C-HahgtBuYC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=bjhobGxkcXNtbGk=</p>
<p>https://www.instagram.com/p/C-nChuKBsMP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=OWY2bHZkY2w3c3dl</p>
<p>https://www.instagram.com/p/C_sFxyvPEyI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTk3ajJxcWY3c2Jhag==</p>
<p>https://www.instagram.com/p/C_sMpUevAFA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=ZmNlZXp1MWQxZzl0</p>
<p>https://www.instagram.com/p/C_2klbGzPMz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXBvbWFyYTU0aG1hbg==</p>
<p>https://www.instagram.com/p/C_vHtyTe_E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTFkYjVvZTI3M3hrdw==</p>
<p>https://www.instagram.com/p/DAbFrWLza92/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTBuczczYW5zaHF0</p>
<p>https://www.instagram.com/p/DAk9fQsTNoq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=aTJmOGwzb3A2a2tp</p>
<p>https://www.instagram.com/p/DBI9jkfS6Ey/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXNkdG96bjVwbndsMQ==</p>
<p>https://www.instagram.com/p/DBhtsmVyblK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXZnN3Ztd3k4eTlqdQ==</p>
<p>https://www.instagram.com/p/DBqjU1pS5m1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=cTc5dWtweXJ2czB6</p>
<p>https://www.instagram.com/p/DBqjegCSKGL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MWszNjMwMXkxajBweg==</p>
<p>https://www.instagram.com/p/DB71kYsy_aT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=ODBkbDlmZjd4b2Z3</p>

https://www.instagram.com/p/DCiAhefSmSe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MXVhMnNkNGJ2MWZrYw==

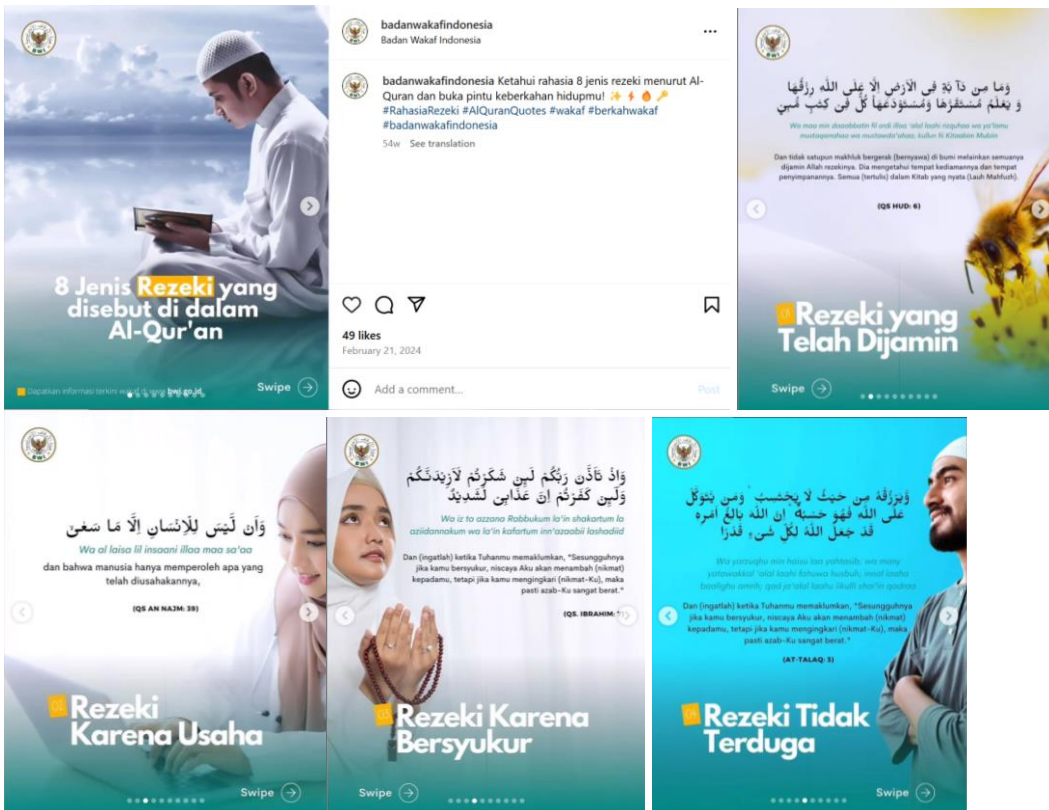
https://www.instagram.com/p/DCjIecdytSD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MW51b3o0MzN3cmhtbg==

https://www.instagram.com/p/DDgojmuyQO6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=aXg3cTE1a2JpdTJv

https://www.instagram.com/p/DD65zK1z2Si/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MTVwZ3NzbnV1MHkybA==

Tahun 2024

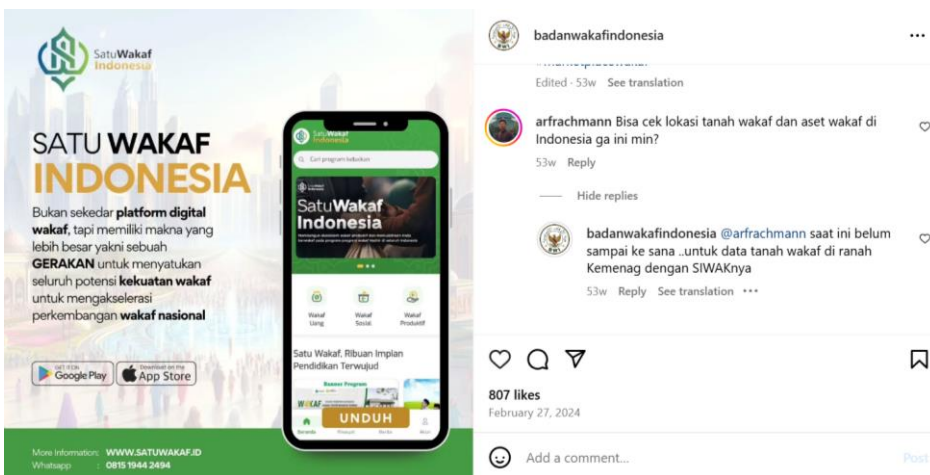
1. Edukasi





Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)
 Ketahui rahasia 8 jenis rezeki menurut Al-Quran dan buka pintu keberkahan hidupmu!
 ✨ ⚡ 🔥 🔑 #RahasiaRezeki #AlQuranQuotes #wakaf #berkahwakaf

2. Ajakan



Sumber : Instagram BWI
 Capek membuat program wakaf, tapi tak banyak yang berkontribusi karena lembaga kurang dikenal? Atau punya aset wakaf terbengkalai ingin dijadikan produktif? Gabung sekarang di Satu Wakaf Indonesia - s.id/satuwakafapp (playstore)
[#satuwakaf](#) [#satuwakafindonesia](#) [#wakaf](#) [#badanwakafindonesia](#) [#wakafproduktuf](#) [#fundrising](#) [#marketplace](#) [#fundrisingwakaf](#) [#marketplacewakaf](#)

3. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Gratis Free e-Sertifikat

UNDANGAN TERBUKA

TANYA JAWAB WAKAF ONLINE: Seri 1 Tahun 2024

TEMA:

”Proyeksi Nazhir Wakaf Uang 2024: Akselerasi Peningkatan Profesionalitas Nazhir untuk Pengembangan Ekosistem Wakaf Nasional”

NARASUMBER:

✓ Prof. Dr. Nurul Huda. SE., MM (Ketua LSP Badan Wakaf Indonesia)

HOST:

✓ M.E. Burhanuddin. SH., MH

📅 Rabu, 6 Maret 2023

🕒 Pukul 13.15-15.00 WIB

Ikuti secara Live Melalui :

Link Zoom:

<https://us06web.zoom.us/j/81673978693?pwd=13vFH5JVps4211JeYbXiCxd3ebaGq.1>

Meeting ID : *816 7397 8693

Passcode : BWI2024

Note:

Untuk mendapatkan e-SERTIFIKAT, isi daftar hadir.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

[#talkshow](#) [#talkshowwakaf](#) [#wakaf](#) [#nazhir](#) [#nazhirwakaf](#) [#badanwakafindonesia](#)

4. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

*Gratis Siang Ini!

UNDANGAN TERBUKA

TANYA JAWAB WAKAF ONLINE: Seri 2 Tahun 2024

TEMA:

"Momentum Ramadan: Strategi Digitalisasi untuk Akselerasi Pengembangan Wakaf Nasional"

NARASUMBER:

✓ Ir. Arief Rohman (Anggota Badan Wakaf Indonesia)

HOST:

✓ Nurkaib

📅 Rabu, 13 Maret 2023

🕒 Pukul 13.15-15.00 WIB

Ikuti secara Live Melalui :

Link Zoom:

<https://us06web.zoom.us/j/82343059228?pwd=SnXiQ1wZ1B1xicVCchTajcC45CWkzs.1>

Meeting ID : 823 4305 9228

Passcode : BWI2024

Note:

Untuk mendapatkan *e-SERTIFIKAT*, isi daftar hadir.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.

[#talkshow](#) [#wakaf](#) [#badanwakafindonesia](#) [#tanyajawabwakaf](#) [#ramadan](#) [#berkahwakaframada](#)

5. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)
 Tabuh Magrib - Jangan Salah Sangka Soal Wakaf.
[@tv9nusantara](#) [#badanwakafindonesia](#) [#wakaf](#) [#berkahramadan](#) [#ramadan](#)

6. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)
 Yuk Gabung Siang Ini....
 Gratis Free e-Sertifikat !!!
 ✨ ✨ AYO IKUT Bincang Nazhir Series #02 Tahun 2024
 ✨ ✨ "Badan Wakaf Indonesia Special Ramadhan" ✨ ✨

TEMA: Wakaf Saham

🎤 🎤 Narasumber :

1. Nur Syamsudin Buchori
Komisioner Badan Wakaf Indonesia
2. Yunan Akbar
Kepala Unit Pengembangan Produk Syariah BEI
3. Indah Nurhabibah
Head of Sharia Business & Investment Gallery

🎤 Moderator : 1. Muhammad Isa Anshari, SE

🕒 Webinar Online via Zoom

Selasa, 19 Maret 2024

13:00 WIB - Selesai

Link join Zoom :

<https://us06web.zoom.us/j/88044913969?pwd=KsqSGF9AJcBkJrrybWnE77kownW177.1>

Meeting ID: 880 4491 3969

Passcode: BWI2024

Link Google Drive FLYer: <https://shorturl.at/hxQ26>

Wassalamualaikum Wr. Wb.

[#ramadan](#) [#gebyarwakaf Ramadan](#) [#wakaf](#) [#wakafsaham](#) [#badanwakafindonesia](#)

7. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia

Saksikan dan jangan lewatkan [#TabuhMaghrif](#) Kreasi dan Inovasi Wakaf Zaman Now. Senin, 25 Maret 2024 pukul 15.30 WIB. Hanya di TV9 Nusantara 😊

Acara ini didukung oleh: [@badanwakafindonesia](#) [@forjukafi.official](#)

● Update Ragam Cara Menonton TV9 *) Melalui TV berlangganan: FirstMedia, Indihome/useeTV, Transvision, MNC Play, KuGo Sky, dll. *) Siaran TV Digital di Surabaya Raya kanal 38 UHF, sedang dalam perluasan wilayah siaran digital di kota2 lain. *) Nonstop TV9 Live streaming: www.tv9.co.id, www.tv9now.id

[#berkahwakaf](#) [#gebyarwakaf Ramadan](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#wakaf](#)

8. Edukasi



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

[#gebyarwakaframadan](#)

Sahabat Wakaf. Rangkaian Gebyar Wakaf Ramadan BWI, hari ini akan ada sosialisasi dan penyerahan sertifikat tanah wakaf di provinsi Banten. Semoga membawa manfaat dan semakin menjamin pengamanan aset wakaf di Indonesia.

[#wakaf](#) [#tanahwakaf](#) [#badanwakafindonesia](#) [#banten](#) [#tanahwakafbanten](#)

9. Naratif



badanwakafindonesia Kantor Gubernur Provinsi Banten

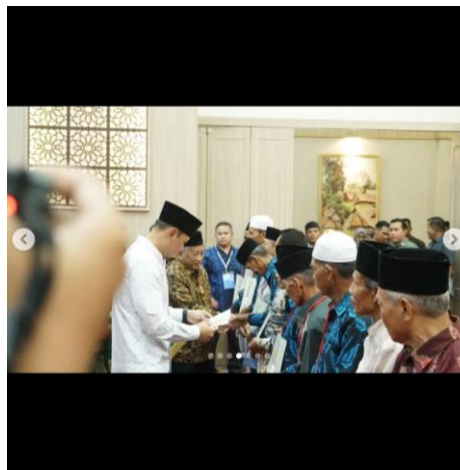
badanwakafindonesia Menteri Agraria dan Tata Ruang (ATR)/ Kepala Badan Pertanahan Nasional (BPN) Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) secara simbolis menyerahkan 53 sertifikat di Pendopo Gubernur Banten, KP3B, Kota Serang, Selasa, 26 Maret 2024.

Kunjungan Menteri AHY bersama Ketua Badan Wakaf Indonesia (BWI) M. Nuh ke Banten disambut Pj Gubernur Banten Al Muktabar bersama Kepala Kantor BPN se-Provinsi Banten, sekaligus melakukan buka puasa bersama.

Menteri Agraria dan Tata Ruang/Kepala BPN AHY mengatakan, penyerahan sertifikat wakaf tersebut merupakan bagian dari Gerakan Nasional Sertifikasi Rumah Ibadah dan Pesantren.

33 likes
March 27, 2024

Add a comment... Post





Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Menteri Agraria dan Tata Ruang (ATR)/ Kepala Badan Pertanahan Nasional (BPN) Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) secara simbolis menyerahkan 53 sertifikat di Pendopo Gubernur Banten, KP3B, Kota Serang, Selasa, 26 Maret 2024.

Kunjungan Menteri AHY bersama Ketua Badan Wakaf Indonesia (BWI) M. Nuh ke Banten disambut Pj Gubernur Banten Al Muktabar bersama Kepala Kantor BPN se-Provinsi Banten, sekaligus melakukan buka puasa bersama.

Menteri Agraria dan Tata Ruang/Kepala BPN AHY mengatakan, penyerahan sertifikat wakaf tersebut merupakan bagian dari Gerakan Nasional Sertifikasi Rumah Ibadah dan Pesantren.

Dengan sertifikasi tanah wakaf ini, karena banyak sarana ibadah yang diwakafkan belum disertifikatkan sehingga dengan sertifikat dapat memberikan kepastian hukum hak atas tanah.

[#tanahwakaf](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#wakaf](#) [#atrbpn](#) [#banten](#)

10. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Siap-siap! Tabuh Magrib TV9 akan menghadirkan perbincangan seru tentang 'Wakaf: Perlu Regulasi Bukan Basa-basi'. Catat tanggalnya: Senin, 01 April 2024, jam 15.30 WIB. Jangan lewatkan kesempatan untuk mendalami betapa pentingnya regulasi yang solid dalam pengelolaan wakaf. Segera siapkan dirimu untuk menyerap wawasan yang berharga!

[🕌 ✨ #TabuhMagrib](#) [#Wakaf](#) [#RegulasiWakaf](#) [#TV9](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#forjukafi](#) [#ra](#)

[madan #berkahwakaf](#)

11. Ajakan



The image shows an Instagram post from the account 'badanwakafindonesia'. The post features a promotional graphic for a webinar. The graphic includes the text '#BincangNazhir WAKAF MANFAAT ASURANSI' and lists two speakers: 'Dr. Imam T. Saptono, Wakil Ketua BWI' and 'Bayu Wicaksono, SE., LUTCF, AAAIJ, Sharia Unit Specialist Sunlife'. It also provides the date 'Rabu, 03 April, 2024' and time '13:30 WIB - Selesai'. The post text on the right side of the image reads: 'badanwakafindonesia Siang Ini - Gratis Free e-Sertifikat !!! AYO IKUT Bincang Nazhir Series #03 Tahun 2024 "Badan Wakaf Indonesia Special Ramadhan" * TEMA: Wakaf Manfaat Asuransi * Sambutan : Bpak. Urip Budiarto, Deputi Direktur Dana Sosial Syariah KNEKS * Narasumber : 1. Dr. Imam Teguh Saptono, Wakil Ketua Badan Wakaf Indonesia 2. Bayu Wicaksono, SE., LUTCF, AAAIJ'. The post has 42 likes and was posted on April 3, 2024.

Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Siang Ini - Gratis Free e-Sertifikat !!!

💎💎 AYO IKUT Bincang Nazhir Series #03 Tahun 2024

💎 "Badan Wakaf Indonesia Special Ramadhan" 💎

TEMA: Wakaf Manfaat Asuransi

🗣 Sambutan : Bpak. Urip Budiarto

Deputi Direktur Dana Sosial Syariah KNEKS

* 🗣 🗣 Narasumber :

1. Dr. Imam Teguh Saptono

Wakil Ketua Badan Wakaf Indonesia

2. Bayu Wicaksono, SE., LUTCF, AAAIJ

Sharia Unit Specialist Sunlife

🕒 Webinar Online via Zoom

Rabu, 03 April 2024

13:30 WIB - Selesai

Link join Zoom :

<https://us06web.zoom.us/j/89648725034?pwd=w0bwtoHYHjWlcDYnfF5TXCF0BBM94e.1>

(Klik Oke/Terima/Balas Chat Ini Untuk Mengklik Link Zoom)

Meeting ID:896 4872 5034

Passcode: BWI2024

[#bincangnazhir](#) [#wakaframadan](#) [#gebyarwakaframadan](#) [#wakaf](#) [#badanwakaf](#) [#wakafasuransi](#)

12. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

☀️ Simak diskusi hangat "KOPI DARMO TV Talkshow" sejalan dengan Rapat Kerja BWI!
☀️

Jangan lewatkan pembahasan menarik mengenai "Penataan Kelembagaan dan Prospek Wakaf di Indonesia" bersama narasumber ahli:

Dr. KH Tatang Astarudin, SAg, SH, MSi, Wakil Ketua Badan Wakaf Indonesia (BWI)
Dr. H. Musta'in, M.Ag - Ketua Lembaga Wakaf dan Pertanahan (LWP NU) PWNU Jatim
🗣️ Host: Indah Chumaidi

📅 Kamis, 6 Juni 2024 ⌚ 16.30 - 17.30 WIB 📺 Live di TV9 Nusantara 🌐 www.tv9.co.id
Mari bersama membahas masa depan wakaf di Indonesia! Jangan sampai ketinggalan!
[#KOPIDARMOTalkshow](#) [#WakafIndonesia](#) [#RapatKerjaBWI](#) [#TV9Nusantara](#) [#TatanganWakaf](#) [#ProspekWakaf](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#NU](#) [#TVShow](#) [#Wakaf](#) [#PenataanKelembagaan](#) [@tv9nusantara](#)

13. Naratif



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

📌 Rapat Kerja BWI 2024 ☀️

Badan Wakaf Indonesia (BWI) mengadakan Rapat Kerja di bawah pimpinan Ketua BWI, Prof. Dr. Phil. H. Kamaruddin Amin, M.A, [@kamaruddin_amin](#) Kamis-Jumat, 06-07 Juni 2024. Beliau menyoroti pentingnya meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang BWI dan wakaf. "Tingkat pengetahuan masyarakat tentang BWI dan wakaf masih rendah, karena itu BWI harus merumuskan agenda masif dan intensif berkelanjutan," ujarnya.

Mari bersama-sama mendukung langkah BWI dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya wakaf untuk masa depan perwakafan Indonesia yang lebih baik.

👉 ✨ [#BWI2024](#) [#WakafIndonesia](#) [#RapatKerjaBWI](#) [#EdukasiWakaf](#) [#MembangunNegeri](#) [#badanwakafindonesia](#)

14. Naratif



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

📌 Rapat Kerja BWI 2024: Langkah Konkret Pengembangan Wakaf Nasional ☀️

Badan Wakaf Indonesia (BWI) menggelar Rapat Kerja bertema "Penguatan Kelembagaan BWI" di Bogor, 6-7 Juni 2024. Ketua BWI, Prof. Dr. Phil. Kamaruddin Amin, [@kamaruddin_amin](#) membuka acara ini dengan arahan strategis untuk mengoptimalkan potensi wakaf nasional yang mencapai 180 triliun.

Beliau menekankan pentingnya strategi implementasi dan aktualisasi program untuk meningkatkan literasi wakaf serta membuat Gerakan Wakaf Nasional yang melibatkan semua pihak.

"Semoga BWI bisa memutuskan langkah-langkah yang konkret dan terukur sehingga dampaknya atau capaiannya bisa dirasakan masyarakat," ujarnya.

Mari dukung BWI dalam menguatkan wakaf di Indonesia!

ID ✨ [#BWI2024](#) [#WakafNasional](#) [#RapatKerjaBWI](#) [#EdukasiWakaf](#) [#MembangunNegeri](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#literasiwakaf](#) [#wakaf](#)

15. Edukasi



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia

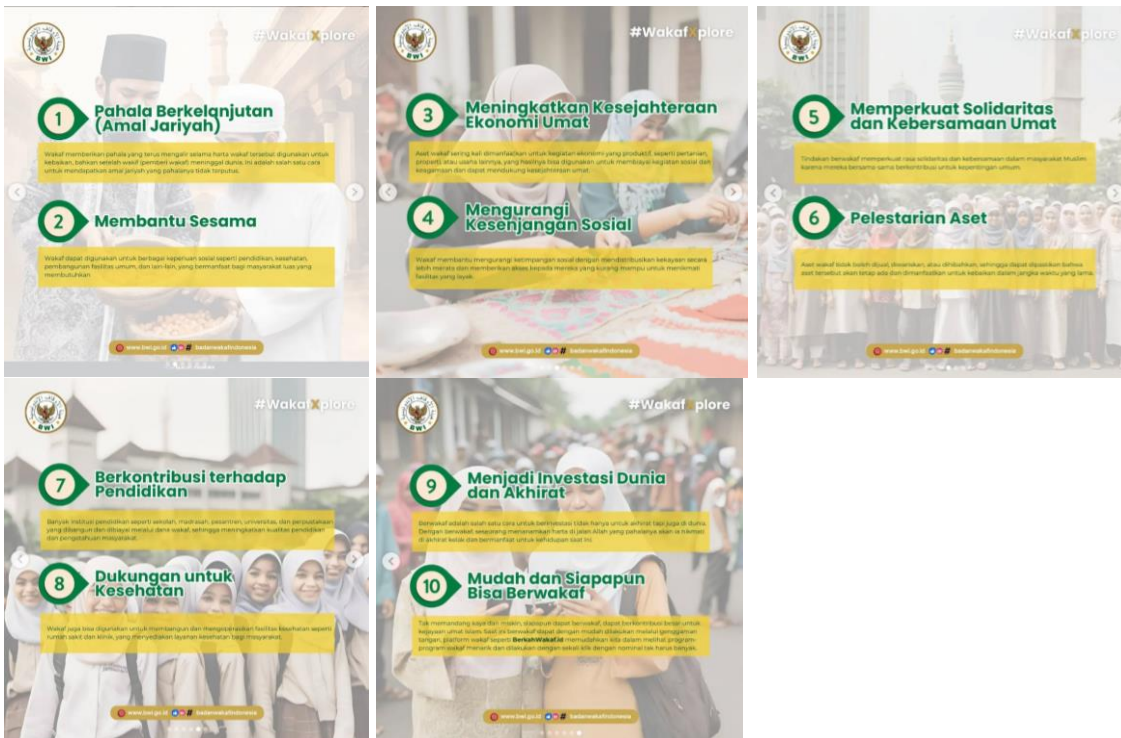
✨ 'Dua hal besar yang sering menghalangi manusia dari Allah Swt. yaitu cemas atas rezeki dan takut kepada makhluk.' - Syekh Abu Hasan AsSyadzili ✨

Ingatlah, rezeki kita sudah diatur oleh-Nya dan hanya kepada Allah kita takut. Bebaskan hati dari kekhawatiran duniawi dan percayakan segala urusan kepada-Nya. Semoga kita selalu dalam lindungan dan rahmat-Nya.

[#KetenanganHati](#) [#Keimanan](#) [#SyekhAbuHasanAsSyadzili](#) [#IslamicWisdom](#) [#InspirasiHidup](#) [#wakaf](#) [#BadanWakafIndonesia](#)

16. Edukasi





Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia

Berwakaf memberikan pahala berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Mari dukung pendidikan, kesehatan, dan fasilitas umum melalui wakaf. Rasakan berkahnya!



[#Berwakaf](#) [#AmalJariah](#) [#ManfaatWakaf](#) [#PahalaBerkelanjutan](#) [#Solidaritas](#) [#Kesejahteraan Umat](#) [#Sedekah](#) [#InvestasiAkhirat](#) [#BerkahWakaf](#) [#WakafXplore](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#wakaf](#)

17. Edukasi





Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Wakaf bukan hanya tentang memberi, tapi juga tentang mewariskan kebaikan yang tak terbatas. Kisah Habib Bugak Al Asyi mengajarkan bahwa setiap langkah kebaikan yang kita lakukan dapat mengubah dunia dan mendatangkan berkah abadi di akhirat. Mari teruskan jejak beliau dalam membangun masa depan yang lebih baik untuk semua.

☀️ ❤️ [#Wakaf](#) [#Kebaikan](#) [#Inspiration](#) [#BerkahAbadi](#) [#badanwakafindonesia](#) [#inspirasiwaka](#)
[f](#) [#berkahwakaf](#) [#kisahwakaf](#) [#WaqfStory](#)

18. Edukasi



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Ketua Badan Wakaf Indonesia, Prof. Dr. Phil. H. Kamaruddin Amin, M.A., [@kamaruddin_amin](#) mengatakan, ke depan, Kantor Urusan Agama (KUA) akan menjadi garda terdepan yang menyosialisasikan dan mengencarkan program Gerakan Indonesia Berwakaf. Saat ini, telah dirancang platform Gerakan Penghulu Berwakaf bersama Calon Pengantın (Catin) yang merupakan program kolaborasi Badan Wakaf Indonesia (BWI)

bersama Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf.

[#GerakanIndonesiaBerwakaf](#) [#Wakaf](#) [#BWI](#) [#KUA](#) [#PenghuluBerwakaf](#) [#ZakatDanWakaf](#) [#IndonesiaBerwakaf](#) [#KesejahteraanUmat](#) [#WakafUang](#) [#BadanWakafIndonesia](#)

19. Edukasi



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Terkadang, dalam perjalanan hidup ini, kita mencari ketenangan dan jalan keluar dari segala kesulitan. Imam Syafi'i mengingatkan kita akan kekuatan ibadah dan kebaikan:

- ✨ Kami mencari pelepas dosa, kita temukan di shalat Dhuha.
- ✨ Kami mencari penerang kubur, kami temukan di bacaan al-Qur'an.
- ✨ Kami mencari kemudahan saat titian shiratalmustaqim, kami temukan dalam puasa dan sedekah.
- ✨ Kami mencari naungan di bawah Arsy, kami temukan dalam mencintai orang-orang shalih.

Mari kita perbanyak amal ibadah dan kebaikan untuk bekal di akhirat.

[#SedekahJariah](#) [#Wakaf](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#AmalSholeh](#) [#Ibadah](#) [#KetenanganHati](#) [#InspirasiIslami](#) [#KebekahanHidup](#) [#SeninSemangat](#)

20. Edukasi



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

- ✨ "Setiap pagi, dua malaikat berdoa: 'Ya Allah, berikanlah ganti pada yang gemar berinfaq,'

dan 'Ya Allah, berikanlah kebangkrutan bagi yang enggan bersedekah.' ✨ Mari bersama-sama berwakaf untuk kebaikan bersama dan berpartisipasi dalam program wakaf Badan Wakaf

Indonesia. [#DoaBerkah](#) [#WakafUntukUmat](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#BWI](#) [#BerbagiItuIndah](#) [#WakafSejahtera](#) [#BerkahWakaf](#) [#WakafUntukBangsa](#) ✨"

21. Edukasi



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Assalamualaikum Wr. Wb.

Halo [#SobatRupiah](#) 🙌🙌

Festival Ekonomi Syariah (FESyariah) KTI mempersembahkan "Gerakan Sadar Wakaf KTI 2024"

Mari urutkan tanganmu untuk pembangunan dan kesejahteraan umat. Berwakaf saat ini menjadi lebih mudah dengan mengetukkan jari di gadgetmu dan lakukan kebaikan, mari lakukan wakaf melalau

<https://fesyarkti.satuwakaf.id/>

Mari bersama-sama majukan ekonomi syariah di Kawasan Timur Indonesia!!!

[#RoadtoISEF2024](#) [#FESyariahKTI2024](#) [#BPS](#) [#GerakanSadarWakaf](#) [#GerakanSadarWakafKTI](#) [#wakaf](#) [#wakafproduktif](#) [#halallifestyle](#) [#festivalekonomisyariah](#) [#HalalBikinTenang](#) [#GenerasiSadarHalal](#) [#FESyariahKTI](#)

22. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)
Siang Ini Jangan Ketinggalan
Gratis Free e-Sertifikat

UNDANGAN TERBUKA

UNDANGAN TANYA JAWAB WAKAF ONLINE: Seri 4 Tahun 2024

TEMA:

”Nafas Baru Kepengurusan BWI dan Akselerasi Penguatan Wakaf Nasional”

NARASUMBER:

- ✓ Prof. Dr. Phil. H. Kamaruddin Amin., MA (Ketua Pelaksana Badan Wakaf Indonesia)
- ✓ Dr. Tatang Astarudin., M Si (Wakil Ketua Badan Wakaf Indonesia)

HOST:

- ✓ Dr. Sulistyowati, SE., M.Si (Anggota BWI)

📅 Rabu, 10 Juli 2024

🕒 Pukul 13.00-15.00 WIB

Ikuti secara Live Melalui :

Koreksi, Gunakan Link Zoom Berikut:

<https://us06web.zoom.us/j/89881012534?pwd=IMLdiLvBAkmO3obfDUx0OqtTjKwd1W.1>

Meeting ID : 898 8101 2534

Passcode : BWI2024

Note:

Untuk mendapatkan e-SERTIFIKAT, isi daftar hadir.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

[#TalkshowWakaf](#) [#tanyajawabwakaf](#) [#badanwakafindonesia](#)

23. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

Gratis Free e-Sertifikat

UNDANGAN TERBUKA

UNDANGAN WEBINAR : Gerakan Indonesia Berwakaf Seri 1 Tahun 2024

TEMA:

”Menyongsong Milad BWI Ke-17”

Keynote Speaker:

✓ Prof. Dr. Phil. H. Kamaruddin Amin., MA (Ketua Pelaksana Badan Wakaf Indonesia)

NARASUMBER:

✓ Dr. Tatang Astarudin., M Si (Wakil Ketua Badan Wakaf Indonesia)

Moderator:

✓ Dr. Kartini, S.Ag.,M.Pd (Anggota BWI)

📅 Selasa, 16 Juli 2024

🕒 Pukul 08.30-12.00 WIB

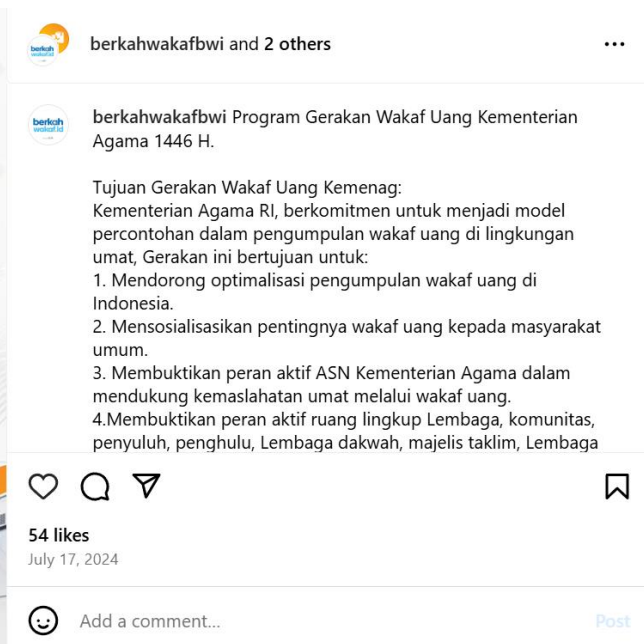
Link Pendaftaran dan Link Zoom: <https://s.id/Webinar01GerakanIndonesiaBerwakaf>

Note:

Untuk mendapatkan *e-SERTIFIKAT*, isi link pendaftaran dan daftar hadir ketika acara.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

24. Edukasi



Program Gerakan Wakaf Uang Kementerian Agama 1446 H.

Tujuan Gerakan Wakaf Uang Kemenag:

Kementerian Agama RI, berkomitmen untuk menjadi model percontohan dalam pengumpulan wakaf uang di lingkungan umat, Gerakan ini bertujuan untuk:

1. Mendorong optimalisasi pengumpulan wakaf uang di Indonesia.
2. Mensosialisasikan pentingnya wakaf uang kepada masyarakat umum.
3. Membuktikan peran aktif ASN Kementerian Agama dalam mendukung kemaslahatan umat melalui wakaf uang.
4. Membuktikan peran aktif ruang lingkup Lembaga, komunitas, penyuluh, penghulu, Lembaga dakwah, majelis taklim, Lembaga Pengembangan Tilawatil Quran, Lembaga Seni Budaya Islam, Raudlatul Athfal, Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, Madrasah Aliyah, Madrasah Diniyah, Pondok Pesantren, Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta serta peserta didik pada lingkungan Kementerian Agama untuk Gerakan Wakaf Uang Kemenag.

Ruang Lingkup Gerakan Wakaf Uang Kemenag:

1. Seluruh Aparatur Sipil Negara lingkungan Kementerian Agama
2. Seluruh peserta/peserta didik/ masyarakat dalam ruang lingkup Lembaga, komunitas, penyuluh, penghulu, Lembaga dakwah, majelis taklim, Lembaga Pengembangan Tilawatil Quran, Lembaga Seni Budaya Islam, Raudlatul Athfal, Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, Madrasah Aliyah, Madrasah Diniyah, Pondok Pesantren, Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta dalam ruang lingkup Kementerian Agama

Nazhir : Badan Wakaf Indonesia

LKSPWU : Bank Syariah Indonesia (BSI)

Imbal jasil dari program wakaf ini akan dimanfaatkan sebagai modal usaha bagi Nazhir dan Masyarakat untuk memproduksi tanah wakaf agar bernilai ekonomis.

Wakaf Uang Kemenag dapat disalurkan melalui platform berkahwakaf.id

Klik link di bio untuk berwakaf ✨


[#wakafuangkemenag2024](#) [#berkahwakaf](#) [#badanwakafindonesia](#)



25. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)
NGAJI ZAWA

“Sosialisasi Gerakan Indonesia Berwakaf”
Catat waktu dan tanggalnya:

 Rabu, 17 Juli 2024


 13.00 - 15.00 WIB  <https://shorturl.at/K89V0> dan Youtube Literasi Zakat dan Wakaf

Kamu akan mendapatkan E-certificate juga loh, Sahabat Ziswaf!
Nantikan juga, kuis Webinar Zakat Wakaf berhadiah saldo E-Wallet di seluruh platform sosial media [@literasizakatwakaf](https://www.instagram.com/literasizakatwakaf) ! Ikuti webinar dari awal sampai habis ya, untuk mengetahui jawaban dari kuis-nya!
[#JadiLebihTahu](https://www.instagram.com/hashtags) [#Zakat](https://www.instagram.com/hashtags) [#Wakaf](https://www.instagram.com/hashtags)

26. Naratif



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

 Kolaborasi Hebat untuk Kesejahteraan Umat!

Selasa, 16 Juli 2024, Kementerian Agama RI, Badan Wakaf Indonesia (BWI), Baznas, dan Mitra resmi meluncurkan program kolaborasi zakat dan wakaf. Program ini mencakup: Santunan Anak Yatim, Kota Wakaf, Pemberdayaan Ekonomi Berbasis KUA, Inkubasi Wakaf Produktif, Kampung Zakat dan Kota Wakaf.

Mari kita bersama-sama mendukung dan berpartisipasi dalam gerakan ini untuk memajukan

kesejahteraan umat. Bersama kita bisa! 🤝☀️

[#KolaborasiZakatWakaf](#) [#KemenagRI](#) [#BWI](#) [#Baznas](#) [#InisiatifSosial](#) [#WakafProduktif](#) [#PemberdayaanUmat](#) [#wakaf](#) [#badanwakafindonesia](#)

27. Naratif



Badan Wakaf Indonesia (BWI) dan Badan Kesejahteraan Masjid (BKM) telah resmi menjalin kerjasama melalui penandatanganan MoU untuk Gerakan Wakaf Uang Berbasis Masjid pada Rabu, 17 Juli 2024 di Jakarta. Dengan kerjasama ini, kami berharap dapat memperkuat dan memperluas penggunaan wakaf uang guna meningkatkan kesejahteraan umat dan memakmurkan masjid.

Mari dukung gerakan ini demi kemaslahatan bersama! ☀️

[#WakafUang](#) [#WakafMasjid](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#GerakanWakaf](#) [#KesejahteraanUmat](#) [#MemakmurkanMasjid](#) [#BWI](#) [#BKM](#) [#WakafUntukSemua](#)

28. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)
Gratis Free e-Sertifikat

UNDANGAN TERBUKA

UNDANGAN TANYA JAWAB WAKAF ONLINE: Seri 5 Tahun 2024

TEMA:

” Tinjauan Fiqih, Pengembangan, Pengelolaan dan Manfaatnya untuk Kemaslahatan Umat”

NARASUMBER:

- ✓ Dr. KH. Ahmad Zubaidi., MA (Wakil Ketua Pelaksana Badan Wakaf Indonesia)
- ✓ H. Ali Yusuf., M Si (Ketua Divisi Pengelolaan dan Pengembangan Badan Wakaf Indonesia)

HOST:

- ✓ M.E Burhanuddin, SH., M.H

📅 Rabu, 24 Juli 2024

🕒 Pukul 13.00-15.00 WIB

Ikuti secara Live Melalui :

Link Zoom:

<https://us06web.zoom.us/j/87202164491?pwd=6LaLP4DVvSPNkM8Hf8IXzujbQvdMOd.1>

Meeting ID : 872 0216 4491

Passcode : BWI2024

Note:

Untuk mendapatkan e-SERTIFIKAT, isi daftar hadir.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

[#tanyajawabwakaf](#) [#badanwakafindonesia](#) [#wakaf](#)

29. Ajakan






Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

NGAJI ZAWA

“Strategi dan Grand Desain Wakaf Produktif”

Catat waktu dan tanggalnya:

 Rabu, 31 Juli 2024

 13.00 - 15.00 WIB  <https://shorturl.at/RkCXw> dan Youtube Literasi Zakat dan Wakaf

Kamu akan mendapatkan E-certificate juga loh, Sahabat Ziswaf!

Nantikan juga, kuis Webinar Zakat Wakaf berhadiah saldo E-Wallet di seluruh platform sosial media [@literasizakatwakaf](https://www.instagram.com/literasizakatwakaf) ! Ikuti webinar dari awal sampai habis ya, untuk mengetahui jawaban dari kuis-nya!

[#JadiLebihTahu](https://www.instagram.com/literasizakatwakaf) [#Zakat](https://www.instagram.com/literasizakatwakaf) [#wakaf](https://www.instagram.com/literasizakatwakaf)

30. Ajakan



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia (BWI)

📌 **UNDANGAN TERBUKA**

Kepada semua penggiat wakaf di mana pun berada.
Hadirilah!

🎗️ Talkshow Waqf Research and Digital Expose Seri 02 🌟

Topik: *Wakaf Manfaat Asuransi: Peluang dan Tantangannya*

📅 Jumat, 2 Agustus 2024

🕒 Pukul 13.00 s.d. 15.00 WIB

🗣️ Narasumber:

➔ Harsa Martana, AAIIJ, QWP, AIIS, CWC, QCRO* (Head of Sharia Literation and Inclusion, Manulife Indonesia)

➔ Dr. Ir. Iwan P. Pontjowinoto, MM* (Komisaris Allianz Syariah)

🟢 Host:

➔ drh. Emmy Hamidiyah, M.Si. (Wakil Sekretaris BWI)

📺 Live via zoom:

Join Zoom Meeting

<https://us06web.zoom.us/j/87118726793?pwd=BVYfHBkgHSTt0ODqGm1HIbTLrByNPm.1>

Meeting ID: 871 1872 6793

Passcode: BWI2024

📺 Live streaming via Youtube: [@TVBWI](#)

Daftarkan diri anda segera melalui link ini 🖱️ bit.ly/twrde2

Untuk mendapatkan info terkini tentang wakaf, silakan kunjungi, like, dan subscribe:


Web: bwi.go.id

IG: [@badanwakafindonesia](#)

[#wakaf](#) [#BadanWakafIndonesia](#)

31. Ajakan



 **PELATIHAN DAN SERTIFIKASI KOMPETENSI NAZHIR WAKAF Standar BNSP**
 oleh Lembaga Sertifikasi Profesi BWI
 Skema 02 : Pelaksanaan Pengelolaan dan Pengembangan Harta Benda Wakaf

  Bersama :

1. Prof. Dr. Waryono Abdul Ghafur, M.Ag
Direktur Pemberdayaan Zakat dan wakaf
2. Prof. Dr. Nurul Huda Dt. Mulia, MM, M.Si
Ketua LSP BWI
3. Dr. Agus Priyatno, M.M
Komisioner BWI
4. Soleh Hidayat SE, M.Si
wakil Ketua FWP

Pelaksanaan :
 Pelatihan Online Via Zoom
 Selasa dan Rabu,
 15-16 Okt 2024
 Jam 08.00-16.00 WIB

Pra Asesmen Online Via Zoom
 Jumat, 18 Okt 2024
 Jam 08.00-16.00 WIB

Assesmen Offline
 Sabtu, 19 Okt 2024
 Jam 08.00-17.00 WIB
 Tempat: Hotel di Medan

Biaya Training dan sertifikasi : Rp 3.5 juta per peserta

Fasilitas :

1. Konsumsi (saat Assesmen)
2. Seminar kit (Saat Assesmen)
3. Sertifikat Pelatihan dari LPP BWI
4. Sertifikat Sertifikasi Nazhir dari BNSP yg merupakan Salah satu syarat legalitas Nazhir

Wakaf Uang

5. Pendampingan mendapatkan legalitas Nazhir Wakaf Uang dari BWI Pusat

6. Mendapatkan gelar non akademik *CWC™* Certified Waqf Competent

Link pendaftaran:

<https://forms.gle/hAwwmU1M2wRYHric6>

💎 Transfer Rekening Bank BSI

No Rekening : 7207539907

an. Mayurida

KUOTA TERBATAS

Pendaftaran Training dan Sertifikasi Nazhir Wakaf 🙏🙏🙏

Wa. me 082261465588/ 085262762729

[#Presented](#) by

- LPP Badan Wakaf Indonesia

- LSP Badan Wakaf Indonesia

- Forum Wakaf Produktif

[#Organizer](#) by

[#Yayasan](#) Darul Waqaf Al Hadiy

Bantu Share Ya ke 5 Group yg anda ikuti... Moga jadi Amal Jariyah.. Aamiin.

32. Edukasi



The image is a composite of two parts. On the left is a green poster for the 17th anniversary of Badan Wakaf Indonesia. The poster features a portrait of Prof. Dr. Phil Kamarudin Amin, the Chairman of the Board of Directors of BWI. The text on the poster includes: 'BADAN WAKAF INDONESIA', 'Puncak Harlah ke 17 Badan Wakaf Indonesia', 'Jumat, 30 Agustus 2024', 'WAKAF Cara Mencintai Harta MELAMPAUI BATAS DUNIA', 'Ayo Berwakaf Sukseskan Gerakan Indonesia Berwakaf', and 'Transfer Wakaf Ke Rekening BSI 3330004340'. On the right is a screenshot of an Instagram post from the account 'badanwakafindonesia'. The post is a text-based announcement celebrating the 17th anniversary of Badan Wakaf Indonesia. The text of the post reads: 'Selamat Hari Lahir ke-17 untuk Badan Wakaf Indonesia! 🎉 Di usia yang ke-17 ini, kita merayakan komitmen yang terus berlanjut dalam mengelola wakaf demi kesejahteraan masyarakat. Mari bersama-sama meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam wakaf untuk masa depan yang lebih baik! 🌟 Terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam perjalanan ini. Semoga kita terus menjadi inspirasi dalam membangun bangsa melalui wakaf. Pullman Hotel Thamrin, Jakarta, 30 Agustus 2024. #BadanWakafIndonesia #HarlahBW17 #WakafUntukBangsa'. The post has 92 likes and is dated August 29, 2024.

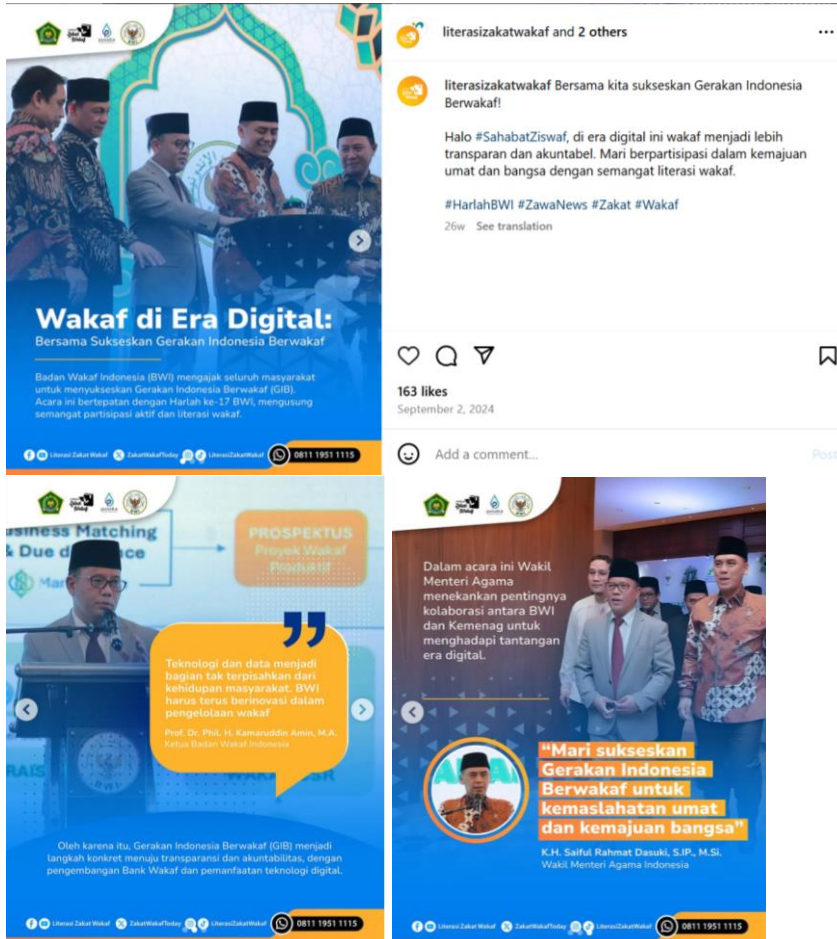
Selamat Hari Lahir ke-17 untuk Badan Wakaf Indonesia! 🎉 Di usia yang ke-17 ini, kita merayakan komitmen yang terus berlanjut dalam mengelola wakaf demi kesejahteraan masyarakat. Mari bersama-sama meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam wakaf untuk masa depan yang lebih baik! 🌟

Terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam perjalanan ini. Semoga kita terus menjadi inspirasi dalam membangun bangsa melalui wakaf.

Pullman Hotel Thamrin, Jakarta, 30 Agustus 2024.

[#BadanWakafIndonesia](#) [#HarlahBWI17](#) [#WakafUntukBangsa](#) [#SejahteraBersamaWakaf](#) [#MembangunIndonesia](#)
[#17TahunBWI](#) [#WakafBerdaya](#) [#BWI2024](#) [#WakafProduktif](#) [#WakafBerkah](#) [#GerakanWakaf](#)
[#WakafIndonesia](#) [#BWIHarlah](#) [#WakafUntukSemua](#)

33. Edukasi



Sumber : Instagram Badan Wakaf Indonesia

Bersama kita sukseskan Gerakan Indonesia Berwakaf!

Halo [#SahabatZiswaf](#), di era digital ini wakaf menjadi lebih transparan dan akuntabel. Mari berpartisipasi dalam kemajuan umat dan bangsa dengan semangat literasi wakaf.

[#HarlahBWI](#) [#ZawaNews](#) [#Zakat](#) [#Wakaf](#)

34. Naratif



🌟 Selamat dan sukses atas pelaksanaan MTQ Nasional ke-30 di Samarinda, Kalimantan

Timur! 🎉

Badan Wakaf Indonesia turut mendukung acara ini dan hadir di Samarinda Convention Hall, Stand K. Ayo bergabung dalam Gerakan Indonesia Berwakaf untuk membangun masa depan yang lebih baik. Scan QRIS Gerakan Indonesia Berwakaf dan mulai berwakaf hari ini! Wakaf Anda Sejuta Manfaat Bagi Indonesia

[#MTQN30](#) [#Samarinda2024](#) [#IndonesiaBerwakaf](#) [#WakafUntukBangsa](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#MTQN](#) [#MTQNasional](#) [#GerakanBerwakaf](#)

35. Ajakan



📅 One day Workshop: Waqf Fundraiser 📅

Siapkan diri kamu untuk mengikuti One-Day Workshop: Waqf Fundraiser dalam rangkaian acara Waqf Goes to Campus (WGTC) Solo-Yogyakarta! 🎓🌟

📅 Sabtu, 21 September 2024

🕒 Pukul 09:00 - 15:00 WIB

🔥 Ikuti workshop ini dan tantang dirimu di Challenge Fundraiser untuk berkesempatan memenangkan Smartphone Canggih! 📱🌟

Ayo, jadilah bagian dari perubahan dan maksimalkan potensi wakaf produktif di kampus dan sekitarmu! Jangan lewatkan kesempatan ini!

[#WaqfGoesToCampus](#) [#WGTC2024](#) [#WakafProduktif](#) [#WorkshopWakaf](#) [#WakafUntukBangsa](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#FundraiserChallenge](#) [#WakafGoesToCampusSoloYogyakarta](#) [#G](#)

36. Ajakan



🎓 UNDANGAN TERBUKA 🎓

Mari ikuti Tanya Jawab Wakaf Online: Seri 8 Tahun 2024 dengan tema menarik "Membangunkan Aset Wakaf Tidur: Bagaimana Strategi Pengelolaan Wakaf Produktif dari Hulu ke Hilir?" 💡

🗨 Dengan narasumber Dr. Daniar, MA dari Yayasan Pondok Pesantren Trubus Iman dan sambutan dari Dr. Agus Priyatno, M.M.

📅 Rabu, 11 Agustus 2024

🕒 Pukul 13.30-15.00 WIB

📺 Live via Zoom

Link: <https://us06web.zoom.us/j/87202248404?pwd=wsZiPiaIZ7k0lISUqVJfftnmagcaNa.1>

Meeting ID :872 0224 8404

Passcode : BWI2024

🌟 Gratis e-sertifikat bagi peserta yang mengisi daftar hadir!

Jangan sampai ketinggalan, bersama kita perkuat pengelolaan wakaf produktif!

[#WakafProduktif](#) [#TanyaJawabWakaf](#) [#GerakanWakaf](#) [#WakafUntukBangsa](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#WebinarWakaf](#) [#WakafOnline](#) [#WakafBWI](#)

37. Naratif



Selamat dan sukses kepada kepengurusan baru Forum Wakaf Produktif (FWP) periode 2024-2027!

Semoga amanah dalam menjalankan tugas dan semakin mengembangkan potensi wakaf produktif di Indonesia. Bersama-sama, kita wujudkan pengelolaan wakaf yang lebih inovatif dan bermanfaat bagi umat.

💡 Mari terus bersinergi untuk memajukan ekonomi umat melalui wakaf!

[#ForumWakafProduktif](#) [#FWP2024](#) [#WakafProduktif](#) [#WakafUntukBangsa](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#GerakanWakaf](#) [#EkonomiUmat](#) [#WakafIndonesia](#)

38. Ajakan



Jumat Berkah, Jumat Berwakaf. 🌱 ✨

Setiap wakaf yang Anda berikan adalah benih harapan untuk masa depan yang lebih baik. Dengan berwakaf melalui program Dana Abadi Masyarakat Indonesia (DAMAI), Anda turut menciptakan kemaslahatan bagi umat dan meraih keberkahan di hari yang mulia ini. Mari kita berkontribusi dan wujudkan perubahan! 🙌 ❤️

Cukup scan QRIS, niatkan hati berwakaf untuk kemaslahatan umat semoga kebermanfaatannya abadi.

[#JumatBerkah](#) [#JumatBerwakaf](#) [#WakafUntukUmat](#) [#DanaAbadiMasyarakatIndonesia](#) [#GerakanIndonesiaBerwakaf](#) [#NiatWakaf](#) [#WakafProduktif](#) [#BerkahWakaf](#) [#AmalJariah](#) [#badanwakafindonesia](#)

39. Ajakan

badanwakafindonesia
Badan Wakaf Indonesia

badanwakafindonesia ✨ Gratis !! Undangan Terbuka ✨
Webinar Online : Gerakan Indonesia Berwakaf Series - 3
Tema : Wakaf Wasiat Vs Harta Waris

Sehubungan dengan itu, kami mengundang Bapak/Ibu untuk bisa ikut Webinar Online Pembinaan Nazhir, Pada:

📅 Hari, Tanggal : Selasa, 17 September 2024
🕒 Waktu : Pukul 10.00 s/d Selesai
📍 Tempat : Zoom Meeting

Narasumber
✅ 1. Dr. K.H. Tatang Astarudin, S. Ag, S.H., M. Si.

✨ Gratis !! Undangan Terbuka ✨

Webinar Online : Gerakan Indonesia Berwakaf Series - 3

Tema : Wakaf Wasiat Vs Harta Waris

Sehubungan dengan itu, kami mengundang Bapak/Ibu untuk bisa ikut Webinar Online Pembinaan Nazhir, Pada:

📅 Hari, Tanggal : Selasa, 17 September 2024

🕒 Waktu : Pukul 10.00 s/d Selesai

📍 Tempat : Zoom Meeting

Narasumber

✅ 1. Dr. K.H. Tatang Astarudin, S. Ag, S.H., M. Si.

_Wakil Ketua 1 Badan Wakaf Indonesia

✅ 2. Dr. K.H. Ahmad Zubaidi, M.A

Wakil Ketua 2 Badan Wakaf Indonesia

Moderator :

✅ Dr. Kartini, S.Ag., M.Pd

Komisioner Badan Wakaf Indonesia

Infomasi Lebih lanjut Hubungi

Panitia: 085234567951

join Now!! Link Pendaftaran

<https://s.id/PendaftanWebinarVolume03>

Noted : link zoom didapatkan setelah mendaftar

40. Ajakan



Mari Wujudkan Kebaikan yang Berkelanjutan untuk Indonesia!
 Dengan semangat gotong royong, kita bisa turut serta memajukan bangsa melalui **wakaf**. Kini, berwakaf semakin mudah dan praktis dengan QRIS Gerakan Indonesia Berwakaf. Setiap wakaf yang kita berikan, menjadi amal jariyah yang tak terputus, membawa manfaat bagi generasi sekarang dan yang akan datang.

Yuk, bersama kita tingkatkan kesejahteraan umat dan pembangunan sosial dengan berwakaf! Scan QRis sekarang, dan mulai langkah kebaikanmu!
[#BerwakafUntukBangsa](#) [#GerakanIndonesiaBerwakaf](#) [#WakafJariyah](#) [#WakafProduktif](#) [#QRISWakaf](#) [#AmalJariyah](#) [#SejahteraBersamaWakaf](#) [#BangkitBersama](#)

41. Ajakan



Badan Wakaf Indonesia akan menggelar Waqf Videogram Academy pada 4-5 Oktober 2024. Acara ini bertujuan untuk meningkatkan literasi wakaf di kalangan generasi muda melalui konten kreatif di media sosial.

Dalam acara ini, Prof. Dr. Phil. H. Kamaruddin Amin, M.A., Ketua Badan Wakaf Indonesia, akan memberikan keynote speech. Narasumber lainnya yang akan berbagi wawasan tentang pengelolaan dan pengembangan wakaf adalah Dr. Agus Priyatno, M.M., Dr. KH. Ahmad

Zubaidi, M.A., dan H. Anas Nasikhin, M.Si.

Sesi pelatihan akan dipandu oleh Andicka Suryana, praktisi konten kreator dan media sosial, yang juga merupakan CEO Djubahati Digiart. Dengan bimbingannya, peserta akan belajar cara menciptakan konten kreatif yang efektif dalam mempromosikan wakaf melalui platform digital.

[#WaqfVideogramAcademy](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#WakafDigital](#) [#LiterasiWakaf](#) [#GenerasiMudaWakaf](#) [#KontenKreatif](#)

42. Naratif



Selamat kepada Prof. Dr. Waryono Abdul Ghafur, S.Ag, M.Ag atas pencapaian luar biasa meraih Predikat Sangat Memuaskan dalam Pelatihan Kepemimpinan Nasional Tingkat I Angkatan LX Tahun 2024. 🌟

Semoga prestasi ini semakin menginspirasi dan memotivasi kita semua untuk terus berkarya dan berkontribusi bagi kemajuan bangsa. ID

[#BWI](#) [#WakafUntukBangsa](#) [#PencapaianGemilang](#) [#PemimpinInspiratif](#) [#Prestasi](#) [#badanwakafindonesia](#)

43. Ajakan



🌟 Waqf Goes to Pesantren 🌟

Tema: Gerakan Indonesia Berwakaf: Menggerakkan Wakaf Uang Nasional untuk Kemajuan Pendidikan Pesantren dan Kesejahteraan Umat

Mari dukung program Waqf Goes to Pesantren di Pesantren Nurul Jadid, 16 Oktober 2024!



Bersama kita majukan pendidikan pesantren dan sejahteraan umat melalui wakaf uang nasional.

[#GerakanIndonesiaBerwakaf](#) untuk masa depan yang lebih cerah!

♥️ *Wakaf untuk pendidikan, wakaf untuk umat!* ♥️

[#WaqfGoesToPesantren](#) [#PesantrenNurulJadid](#) [#WakafUang](#) [#PendidikanPesantren](#) [#KesejahteraanUmat](#)

44. Naratif



Selamat Hari Santri Nasional 2024! 🌟

Peran santri bukan hanya menjaga tradisi, tapi juga menjadi pelopor kemajuan. Dengan semangat juang yang tak pernah padam, santri berperan aktif dalam memajukan bangsa. ♥️

Wakaf menjadi jembatan bagi santri untuk merengkuh masa depan yang lebih baik, menciptakan keberkahan dan kesejahteraan bagi umat. Bersama-sama, mari kita sambung perjuangan ini, melangkah lebih jauh melalui kontribusi nyata. 🌟

[#HariSantri2024](#) [#SantriBerdaya](#) [#SantriUntukWakaf](#) [#WakafMembangunNegeri](#) [#IndonesiaMaju](#) [#WakafProduktif](#) [#wakaf](#) [#badanwakafindonesia](#)

45. Ajakan



Jadikan Wakaf Sebagai Amal Keseharian Kita
YUK MENJADI BAGIAN
GERAKAN INDONESIA BERWAKAF
Wakaf Kita untuk Kemajuan Bangsa

GERAKAN INDONESIA BERWAKAF
NINEK: 63202041647095
A01

Gunakan QRIS Gerakan Indonesia Berwakaf untuk berkontribusi pada masa depan yang lebih baik. Setiap rupiah yang Anda wakafkan membawa berkah yang berlipat. Ayo, berwakaf sekarang!

#GerakanIndonesiaBerwakaf #JumatBerkah
#WakafUntukMasaDepan #QRIS #BerbagiKebaikan
#BadanWakafIndonesia #wakaf

19w See translation

ruLruly.58 Maaf min mau tanya...nanti untuk wakafnya disalurkan kemana ya...
18w Reply See translation

64 likes
October 25, 2024

Add a comment...

Jadikan hari Jumat ini lebih bermakna dengan berwakaf! 🌟

Gunakan QRIS Gerakan Indonesia Berwakaf untuk berkontribusi pada masa depan yang lebih baik. Setiap rupiah yang Anda wakafkan membawa berkah yang berlipat. Ayo, berwakaf sekarang!

[#GerakanIndonesiaBerwakaf](#) [#JumatBerkah](#) [#WakafUntukMasaDepan](#) [#QRIS](#) [#BerbagiKebaikan](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#wakaf](#)

46. Naratif



BADAN WAKAF INDONESIA

Selamat Mengperingati Hari
SUMPAH PEMUDA

Mari kita lanjutkan semangat **Sumpah Pemuda** untuk membangun negeri, bersama-sama memajukan wakaf sebagai pilar kekuatan ekonomi umat dan kemakmuran bangsa. Bersatu, Berwakaf, Membangun Indonesia!

28 Oktober 2024

Wujudkan Cita Mula Bangsa
AYO BERWAKAF

GERAKAN INDONESIA BERWAKAF
NINEK: 63202041647095
A01

Mari lanjutkan semangat Sumpah Pemuda untuk bersatu, berwakaf, dan membangun Indonesia yang berdaya! 🌟 to

#SumpahPemuda #GerakanIndonesiaBerwakaf
#BadanWakafIndonesia #PemudaBerwakaf #WakafUntukNegeri

18w See translation

25 likes
October 28, 2024

Add a comment...

🌟 Selamat Hari Sumpah Pemuda! 🌟

Hari ini kita mengenang semangat pemuda Indonesia yang berikrar untuk satu bangsa, satu tanah air, dan satu bahasa. Semangat ini menjadi inspirasi bagi Gerakan Indonesia Berwakaf, yang berupaya membangun masa depan bangsa melalui wakaf sebagai pilar ekonomi umat.

Mari lanjutkan semangat Sumpah Pemuda untuk bersatu, berwakaf, dan membangun Indonesia yang berdaya! 🇮🇩

[#SumpahPemuda](#) [#GerakanIndonesiaBerwakaf](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#PemudaBerwakaf](#) [#WakafUntukNegeri](#)

47. Ajakan



Assalamualaikum Warohmatullah Wabarokatuh
Yth Investor Wakaf

Badan Wakaf Indonesia mengundang Bapak/Ibu untuk dapat menghadiri Webinar Series 04 Divisi Pembinaan dan Pengawasan Nazhir dengan topik : Tata Kelola Lembaga Nazhir : Nazhir yang Kompeten dan Profesional, yang akan diselenggarakan secara daring (online) pada:

📅 Hari : Selasa, 29 Oktober 2024

🕒 Waktu: 10.00 WIB s.d selesai

💻 Platform: Zoom Meeting

📌 *Link Acara:*

<https://telkomsel.zoom.us/j/98495516321?pwd=K5Tkbj3pzg1XhBqG6NSkeKejsfDCqX.1>

Meeting ID: 984 9551 6321

Passcode: 686685

🔗 Link registrasi :

<https://s.id/PendaftaranWebinarVolume04>

Kami sangat mengharapkan partisipasi Bapak/Ibu dalam acara ini.

Atas perhatian dan partisipasinya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

[#BadanWakafIndonesia](#) [#wakaf](#) [#talkshow](#) [#nazhir](#) [#WakafUang](#)

48. Ajakan



Gratis Free e-Sertifikat
 UNDANGAN TERBUKA
 UNDANGAN TANYA JAWAB WAKAF ONLINE: Seri 10 Tahun 2024
 TEMA:
 ” Bank Wakaf untuk Penguatan Ekosistem Wakaf Nasional”

SAMBUTAN:
 Dr. Agus Priyatno., M.M (Ketua Divisi HUSOLI)*
 NARASUMBER :

Dr. Imam Teguh Saptono (Pakar Wakaf Nasional)
 HOST:
 Nurka'ib.

Selasa, 29 Oktober 2024
 Pukul 13.30-15.00 WIB

Ikuti secara Live Melalui :
 Link Zoom:
<https://us06web.zoom.us/j/88346773298?pwd=C77PRZ8zjacK8T7fnKGlwZsxNTEoai.1>
 Meeting ID : 883 4677 3298
 Passcode : BWI2024

Note:
 Untuk mendapatkan *e-SERTIFIKAT*, isi daftar hadir.
 Wassalamualaikum Wr.Wb.
[#talkshowwakaf](#) [#badanwakafindonesia](#) [#wakaf](#) [#tanyajawabwakaf](#)

49. Naratif

#GERAKAN INDONESIA BERWAKAF

BADAN WAKAF INDONESIA

Gerakan Wakaf Uang Menuju Indonesia Emas 2045 di ISEF 2024

Ketua Badan Wakaf Indonesia, Prof. Dr. Kamaruddin Amin, menekankan pentingnya wakaf dalam visi Indonesia Emas. Hal ini disampaikan dalam Talkshow Gerakan Wakaf Uang Menuju Indonesia Emas, 2045, Kamis (31/10/2024).

www.bwi.go.id

#GERAKAN INDONESIA BERWAKAF

BADAN WAKAF INDONESIA

Potensi Wakaf Luar Biasa

Ketua Badan Wakaf Indonesia, Prof. Dr. Kamaruddin Amin, menyampaikan, Indonesia memiliki potensi wakaf, terlebih wakaf uang yang sangat besar yang belum terkapitalisasi secara profesional. Indonesia kaya akan potensi wakaf, namun pengelolannya masih perlu ditingkatkan. Dengan langkah profesional, wakaf dapat membawa manfaat yang signifikan bagi bangsa.

www.bwi.go.id

#GERAKAN INDONESIA BERWAKAF

BADAN WAKAF INDONESIA

Literasi wakaf masih sangat rendah, menyebabkan partisipasi masyarakat pun rendah.

Prof. Dr. Kamaruddin Amin, MA, Ketua Badan Wakaf Indonesia

www.bwi.go.id

badanwakafindonesia
Badan Wakaf Indonesia

pakai QRIS ya, wakaf juga bisa! ternyata derwakaf itu semudan scan QRIS, ujanjnya penuh semangat.

Mari, ikut jadi bagian dari perubahan dengan wakaf. Demi Indonesia yang lebih sejahtera! 🇮🇩

#WakafUntukIndonesia #GerakanIndonesiaBerwakaf #ISEF2024 #BadanWakafIndonesia #IndonesiaEmas2045 #WakafUang

18w See translation

badanwakaf.metroinsanmulia Bismillahirrahmanirrahim, Gerakan Indoensia Berwakaf ❤️

17w Reply ...

74 likes
November 1, 2024

Add a comment... Post

badanwakafindonesia
Badan Wakaf Indonesia

pakai QRIS ya, wakaf juga bisa! ternyata derwakaf itu semudan scan QRIS, ujanjnya penuh semangat.

Mari, ikut jadi bagian dari perubahan dengan wakaf. Demi Indonesia yang lebih sejahtera! 🇮🇩

#WakafUntukIndonesia #GerakanIndonesiaBerwakaf #ISEF2024 #BadanWakafIndonesia #IndonesiaEmas2045 #WakafUang

18w See translation

badanwakaf.metroinsanmulia Bismillahirrahmanirrahim, Gerakan Indoensia Berwakaf ❤️

17w Reply

74 likes
November 1, 2024

Add a comment... Post

badanwakafindonesia
Badan Wakaf Indonesia

pakai QRIS ya, wakaf juga bisa! ternyata derwakaf itu semudan scan QRIS, ujanjnya penuh semangat.

Mari, ikut jadi bagian dari perubahan dengan wakaf. Demi Indonesia yang lebih sejahtera! 🇮🇩

#WakafUntukIndonesia #GerakanIndonesiaBerwakaf #ISEF2024 #BadanWakafIndonesia #IndonesiaEmas2045 #WakafUang

18w See translation

badanwakaf.metroinsanmulia Bismillahirrahmanirrahim, Gerakan Indoensia Berwakaf ❤️

17w Reply

74 likes
November 1, 2024

Add a comment... Post



Indonesia memiliki potensi besar dalam wakaf! 🌱 Dalam acara Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF), Prof. Dr. Kamaruddin Amin, [@kamaruddin_amin](#) Ketua Badan Wakaf Indonesia, mengajak kita semua untuk menggali dan memaksimalkan potensi wakaf uang menuju visi Indonesia Emas 2045.

💡 Literasi wakaf yang rendah menjadi tantangan besar. Ayo kita bersama tingkatkan pemahaman wakaf agar manfaatnya bisa dirasakan luas oleh masyarakat. Wakaf uang sebesar 20.000 rupiah saja bisa memberikan manfaat abadi, insya Allah 🙏 .

🌟 Dalam momen ini, Fitri Tropica [@fitrop](#) turut mengajak generasi muda untuk berwakaf lewat QRIS. “Jangan cuma belanja pakai QRIS ya, Wakaf juga bisa! Ternyata berwakaf itu semudah scan QRIS,” ujarnya penuh semangat.

Mari, ikut jadi bagian dari perubahan dengan wakaf. Demi Indonesia yang lebih sejahtera! ID [#WakafUntukIndonesia](#) [#GerakanIndonesiaBerwakaf](#) [#ISEF2024](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#IndonesiaEmas2045](#) [#WakafUang](#)

50. Naratif





🌍 ✨ World Zakat and Waqf Forum 2024 ✨ 🌍

Dalam forum bergengsi ini, sebanyak 43 negara anggota bersatu untuk membahas inovasi dan masa depan pengelolaan zakat dan wakaf! 🎉

Acara ini mempertemukan pemimpin global, praktisi, pengusaha, dan generasi muda yang berkomitmen menjadikan wakaf dan zakat sebagai solusi nyata bagi kesejahteraan bersama 🌱❤️. Dari pendidikan, kesehatan, hingga lingkungan, kita optimalkan potensi wakaf untuk dampak positif yang lebih luas.

Mari dukung Gerakan Indonesia Berwakaf bersama Badan Wakaf Indonesia dan jadi bagian dari perubahan menuju masa depan yang inklusif dan berkelanjutan!

👉 ✨ [#WZWF2024](#) [#IndonesiaBerwakaf](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#ZakatDanWakaf](#) [#InovasiBerwakaf](#)

51. Ajakan



👉 WAQF GOES TO CAMPUS XIV 👉

Rabu, 06 November 2024, Badan Wakaf Indonesia hadir di Universitas Sebelas Maret, Solo!



Dengan tema "Menggerakkan Wakaf Uang untuk Kemajuan Pendidikan dan Kesejahteraan Umat", acara ini bertujuan untuk menggugah semangat generasi muda dalam memajukan pendidikan dan kesejahteraan melalui wakaf uang. 🏠💡🌟

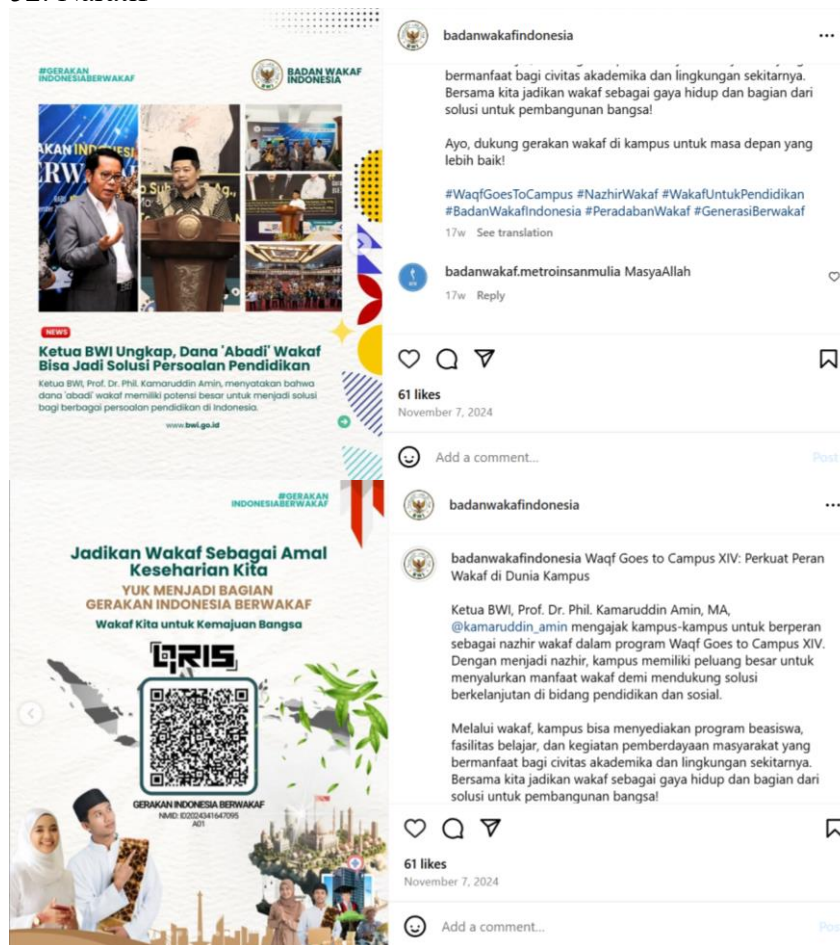
Mari bergabung dan belajar lebih dalam tentang peran strategis wakaf dalam membangun masa depan bangsa yang lebih baik! 🇮🇩

Offline: Auditorium UNS

Online: Zoom & Live Youtube [@TVBWI](#)

[#WGTC2024](#) [#WaqfGoesToCampus](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#WakafUntukPendidikan](#) [#WakafUang](#) [#UNSSolo](#) [#wakaf](#)

52. Naratif



Waqf Goes to Campus XIV: Perkuat Peran Wakaf di Dunia Kampus

Ketua BWI, Prof. Dr. Phil. Kamaruddin Amin, MA, [@kamaruddin_amin](#) mengajak kampus-kampus untuk berperan sebagai nazhir wakaf dalam program Waqf Goes to Campus XIV. Dengan menjadi nazhir, kampus memiliki peluang besar untuk menyalurkan manfaat wakaf demi mendukung solusi berkelanjutan di bidang pendidikan dan sosial.

Melalui wakaf, kampus bisa menyediakan program beasiswa, fasilitas belajar, dan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang bermanfaat bagi civitas akademika dan lingkungan sekitarnya. Bersama kita jadikan wakaf sebagai gaya hidup dan bagian dari solusi untuk pembangunan bangsa!

Ayo, dukung gerakan wakaf di kampus untuk masa depan yang lebih baik!

[#WaqfGoesToCampus](#) [#NazhirWakaf](#) [#WakafUntukPendidikan](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#Per](#)

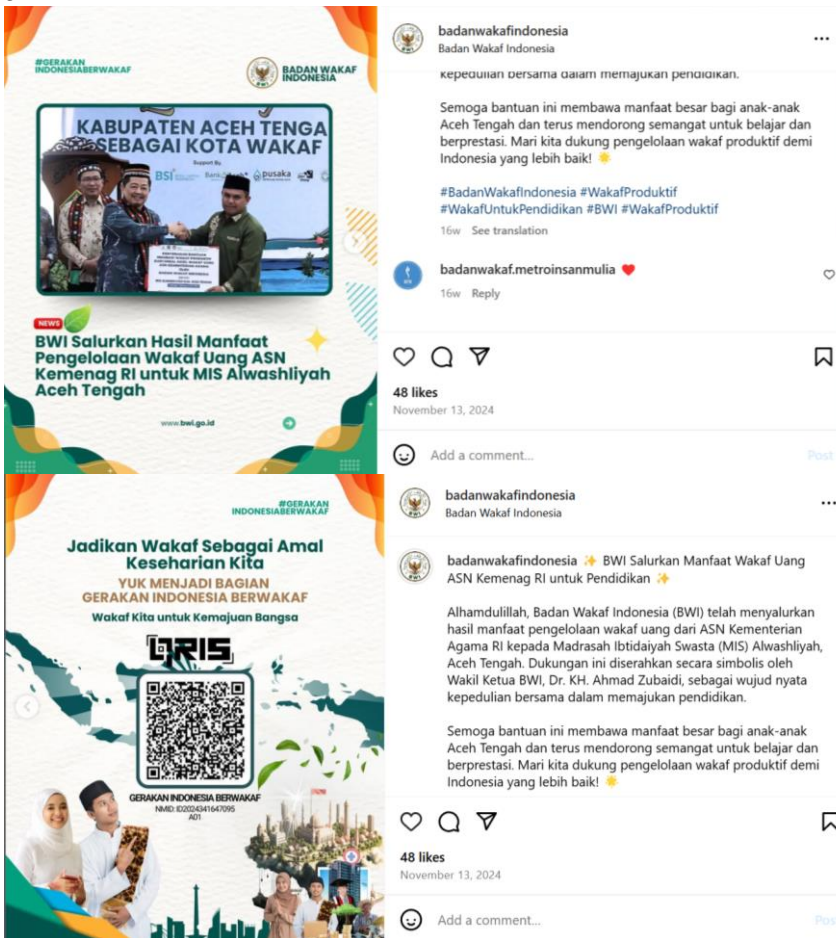
[adabanWakaf #GenerasiBerwakaf](#)

53. Naratif



Sebagai ketua divisi hukum dan pengamanan aset BWI [@badanwakafindonesia](#) , melakukan pembinaan pada Nazir di [@bwidkijakarta](#) bagaimana cara melakukan pengamanan aset wakaf [#wakaf](#) [#badanwakafindonesia](#) [@ustadzsbromalisi](#)

54. Naratif



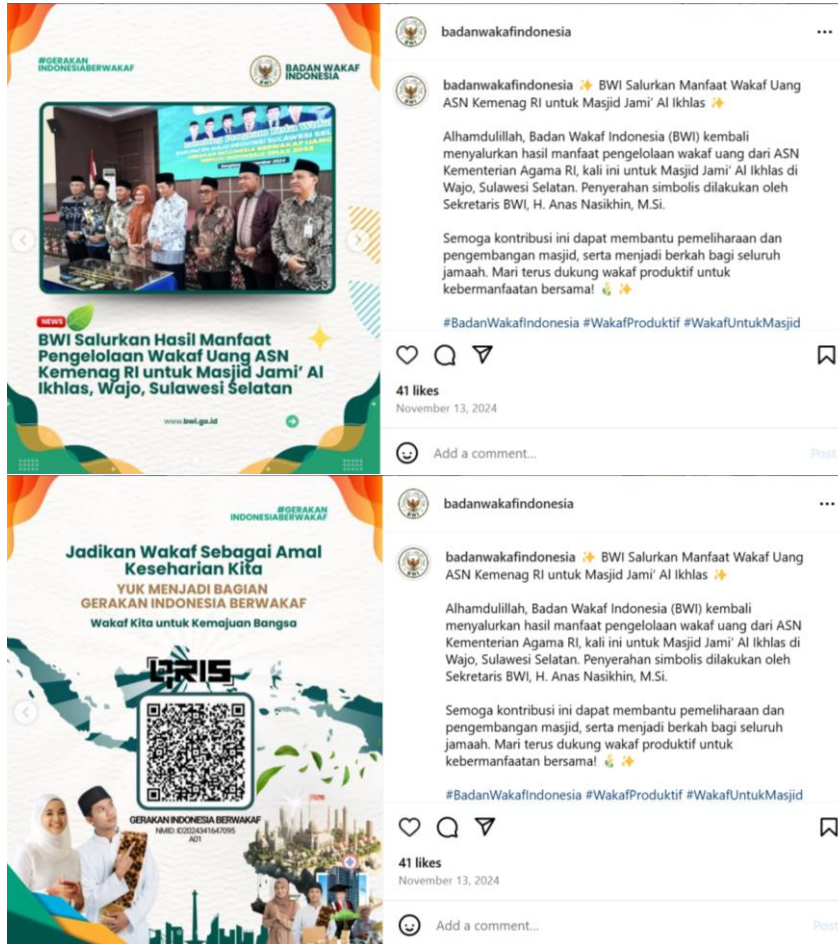
❖ BWI Salurkan Manfaat Wakaf Uang ASN Kemenag RI untuk Pendidikan ❖
Alhamdulillah, Badan Wakaf Indonesia (BWI) telah menyalurkan hasil manfaat pengelolaan wakaf uang dari ASN Kementerian Agama RI kepada Madrasah Ibtidaiyah Swasta (MIS)

Alwashliyah, Aceh Tengah. Dukungan ini diserahkan secara simbolis oleh Wakil Ketua BWI, Dr. KH. Ahmad Zubaidi, sebagai wujud nyata kepedulian bersama dalam memajukan pendidikan.

Semoga bantuan ini membawa manfaat besar bagi anak-anak Aceh Tengah dan terus mendorong semangat untuk belajar dan berprestasi. Mari kita dukung pengelolaan wakaf produktif demi Indonesia yang lebih baik! ✨

[#BadanWakafIndonesia](#) [#WakafProduktif](#) [#WakafUntukPendidikan](#) [#BWI](#) [#WakafProduktif](#)

55. Naratif

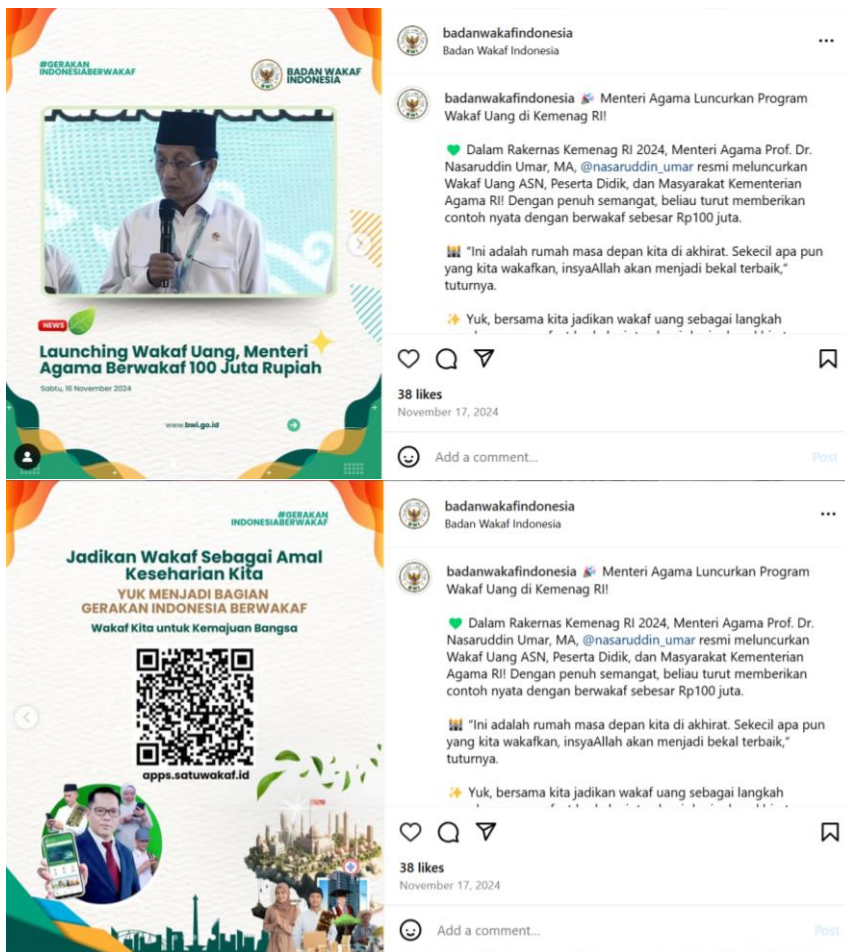


✨ BWI Salurkan Manfaat Wakaf Uang ASN Kemenag RI untuk Masjid Jami' Al Ikhlas ✨
Alhamdulillah, Badan Wakaf Indonesia (BWI) kembali menyalurkan hasil manfaat pengelolaan wakaf uang dari ASN Kementerian Agama RI, kali ini untuk Masjid Jami' Al Ikhlas di Wajo, Sulawesi Selatan. Penyerahan simbolis dilakukan oleh Sekretaris BWI, H. Anas Nasikhin, M.Si.

Semoga kontribusi ini dapat membantu pemeliharaan dan pengembangan masjid, serta menjadi berkah bagi seluruh jamaah. Mari terus dukung wakaf produktif untuk kebermanfaatannya bersama! 🙏 ✨

[#BadanWakafIndonesia](#) [#WakafProduktif](#) [#WakafUntukMasjid](#) [#BWI](#) [#ManfaatWakaf](#)

56. Naratif



🇮🇩 Menteri Agama Luncurkan Program Wakaf Uang di Kemenag RI!

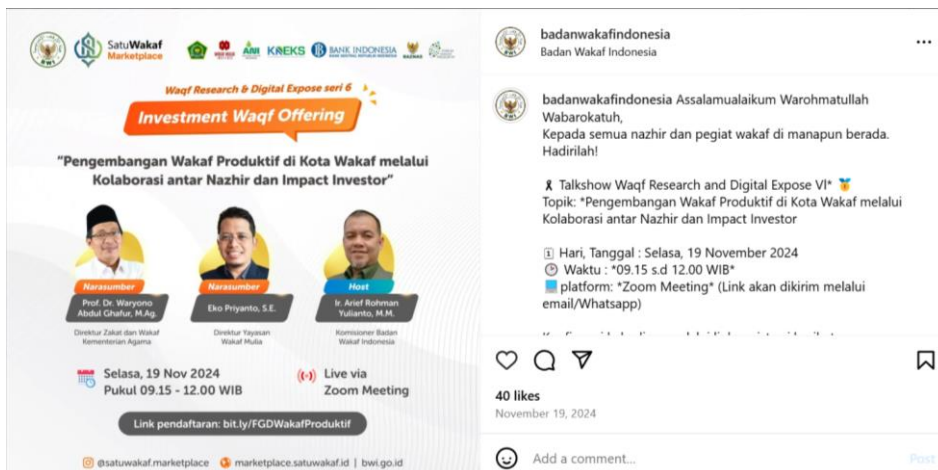
♥ Dalam Rakernas Kemenag RI 2024, Menteri Agama Prof. Dr. Nasaruddin Umar, MA, [@nasaruddin_umar](#) resmi meluncurkan Wakaf Uang ASN, Peserta Didik, dan Masyarakat Kementerian Agama RI! Dengan penuh semangat, beliau turut memberikan contoh nyata dengan berwakaf sebesar Rp100 juta.

🕌 “Ini adalah rumah masa depan kita di akhirat. Sekecil apa pun yang kita wakafkan, insyaAllah akan menjadi bekal terbaik,” tuturnya.

💡 Yuk, bersama kita jadikan wakaf uang sebagai langkah membangun manfaat berkelanjutan bagi dunia dan akhirat.

📖 Berwakaf sekarang, bahagiakan banyak orang selamanya melalui [apps.satuwakaf.id](#) 🌟
[#WakafUang](#) [#GerakanBerwakaf](#) [#RakernasKemenag2024](#) [#IndonesiaBerwakaf](#) [#MembangunManfaat](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#wakaf](#)

57. Ajakan



Assalamualaikum Warohmatullah Wabarokatuh,
Kepada semua nazhir dan pegiat wakaf di manapun berada.
Hadirilah!

🔗 Talkshow Waqf Research and Digital Expose VI* 🗣️

Topik: *Pengembangan Wakaf Produktif di Kota Wakaf melalui Kolaborasi antar Nazhir dan Impact Investor

📅 Hari, Tanggal : Selasa, 19 November 2024

🕒 Waktu : *09.15 s.d 12.00 WIB*

📺 platform: *Zoom Meeting* (Link akan dikirim melalui email/Whatsapp)

Konfirmasi kehadiran melalui link registrasi berikut : bit.ly/FGDWakafProduktif

🗣️ Pembicara:

→ *Prof. Dr. Waryono Abdul Ghafur, M.Ag* (Direktur Zakat dan Wakaf Kementerian Agama).

→ *Eko Priyanto, S.E.* (Direktur Yayasan Wakaf Mulia)

🟢 Host:

→ *Ir. Arief Rohman Yulianto, M.M* (Komisioner BWI)

Live via YouTube 👉 [@TVBWI](https://www.youtube.com/@TVBWI)

Untuk mendapatkan info terkini tentang wakaf, silakan kunjungi, like, dan subscribe:

Web :

bwi.go.id

marketplace.satuwakaf.id

IG:

[@badanwakafindonesia](https://www.instagram.com/badanwakafindonesia)

[@satuwakaf.marketplace](https://www.instagram.com/satuwakaf.marketplace)

58. Ajakan



📣 Bangun Bisnis yang Berkah!

☀️ Anda ingin bisnis yang sukses sekaligus memberi manfaat bagi umat? Ini saatnya belajar dari ahlinya!

🗣️ Tanya Jawab Wakaf Online: Seri 11 Tahun 2024

💡 Tema: "Membangun Bisnis Berbasis Wakaf"

🗣️ Narasumber:

✅ Asep Irawan (CEO Sinergi Foundation)

📅 Rabu, 20 November 2024

🕒 13.30 - 15.00 WIB

👉 Gabung LIVE via Zoom:

🔗 <https://us06web.zoom.us/j/83247606170?pwd=SMRZa3Zs043by1D0isMpumZbArLt6m.1>

🆔 Meeting ID: 832 4760 6170

🔑 Passcode: BWI2024

🌟 Isi daftar hadir dan dapatkan e-SERTIFIKAT GRATIS!

Mari wujudkan impian bisnis yang tidak hanya untung, tapi juga membawa keberkahan dunia-akhirat! 🌍

59. Naratif



Koordinasi Gerakan Wakaf Uang ASN Kemenag RI dan optimalisasi platform satuwakaf.id

untuk mempermudah wakaf digital. Mari bersama-sama wujudkan kebaikan melalui wakaf!
[#GerakanWakafUang](#) [#SatuWakaf](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#WakafDigital](#)

60. Edukasi

Gerakan Indonesia Berwakaf untuk Kemaslahatan Umat

Berwakaf untuk membantu mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan pada sektor pendidikan, kesehatan, sosial, ekonomi, dan dakwah.

RS Mata Achmad Wardi

rsmata.achmadwardi and 2 others
RS Mata Achmad Wardi - Dompot Dhuafa

rsmata.achmadwardi Rapatkan Gerakan Indonesia Berwakaf

Setiap wakaf yang #SahabatRSAW berikan adalah benih harapan untuk masa depan yang lebih baik. Tentunya dengan berwakaf, kamu turut serta menciptakan kemaslahatan bagi umat lho..

Yuk, mari kita berkontribusi dan wujudkan perubahan dengan Gerakan Indonesia Berwakaf!

Cukup dengan scan QRIS, niatkan hati untuk berwakaf demi kemaslahatan dan kebermanfaatn umat 🙏🏻🥰

#BadanWakafIndonesia

Liked by **maya_silvanaa and others**
December 2, 2024

Rapatkan Gerakan Indonesia Berwakaf ✨

Setiap wakaf yang [#SahabatRSAW](#) berikan adalah benih harapan untuk masa depan yang lebih baik. Tentunya dengan berwakaf, kamu turut serta menciptakan kemaslahatan bagi umat lho..

Yuk, mari kita berkontribusi dan wujudkan perubahan dengan Gerakan Indonesia Berwakaf! Cukup dengan scan QRIS, niatkan hati untuk berwakaf demi kemaslahatan dan kebermanfaatn umat 🙏🏻🥰

[#BadanWakafIndonesia](#)
[#GerakanIndonesiaBerwakaf](#)
[#RSMataAchmadWardi](#)

61. Ajakan

BADAN WAKAF INDONESIA

TANYA JAWAB WAKAF
2024 - 0417 12

MENEГУHKAN GERAKAN INDONESIA BERWAKAF
Refleksi 2024, Langkah Strategis 2025

Q&A WAKAF

FREE!

Ayo Berwakaf
Dukung Gerakan Indonesia Berwakaf

14 DESEMBER 2024
19.30 - 20.30 WIB

018 4408 0061
018 4408 0061

Badan Wakaf Indonesia

badanwakafindonesia
Badan Wakaf Indonesia

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Badan Wakaf Indonesia mengundang Bapak/Ibu untuk mengikuti:

- Talkshow Tanya Jawab Wakaf Seri 12

Tema: Meneгуhkan Gerakan Indonesia Berwakaf: Refleksi 2024, Langkah Strategis 2025

Narasumber:

- Dr. Tatang Astaruddin, MA (Wakil Ketua BWI)
- H. Anas Nasikhin, M.Si (Sekretaris BWI)

69 likes
December 13, 2024

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Badan Wakaf Indonesia mengundang Bapak/Ibu untuk mengikuti:

☀️ Talkshow Tanya Jawab Wakaf Seri 12

📌 Tema: Meneguhkan Gerakan Indonesia Berwakaf: Refleksi 2024, Langkah Strategis 2025

🗣️ Narasumber:

- Dr. Tatang Astaruddin, MA (Wakil Ketua BWI)

- H. Anas Nasikhin, M.Si (Sekretaris BWI)

📅 Sabtu, 14 Desember 2024

🕒 Pukul 13.30 WIB

📄 Link Zoom Meeting:

[<https://us06web.zoom.us/j/81844080661?pwd=AUN08TGKKIVJD6aCMWCAXkgb8TBoR0.1>]

Meeting ID: 818 4408 0661

Passcode: BWI2024

📺 Acara juga disiarkan langsung di:

- YouTube TVBWI

- Facebook Badan Wakaf Indonesia

💡 Sekarang adalah waktunya, jadikan wakaf sebagai investasi akhirat Anda!

Wujudkan kebaikan abadi dan dampak nyata bagi sesama dengan klik: <https://satuwakaf.id>
Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

[#tanyajawabwakaf](#) [#talkshow](#) [#inspirasiindonesi](#) [#BadanWakafIndonesia](#) [#literasiwakaf](#) [#BadanWakafIndonesia](#)

62. Naratif



"Langkah Strategis untuk Wakaf Berkelanjutan 🌱💡"

Badan Wakaf Indonesia (BWI) menggelar Rapat Kerja Nasional pada 16-18 Desember 2024. Fokus utama: penguatan literasi, regulasi, tata kelola, dan akselerasi digitalisasi untuk pengembangan ekosistem wakaf nasional. Bersama Gerakan Indonesia Berwakaf, mari wujudkan Indonesia Sejahtera. 🌍💛



[#RapatKerjaBWI2024](#) [#GerakanIndonesiaBerwakaf](#) [#WakafProduktif](#) [#EkonomiSyariah](#) [#WakafUntukBangsa](#)

63. Ajakan



Mari bergabung di Webinar “Halo ZAWA”

Saksikan pembahasan eksklusif tentang “Capaian Kerja 2025 & Outlook Zakat Wakaf 2025” yang akan dilaksanakan pada:

 Selasa, 24 Desember 2024  09.00 - 16.00 WIB

 Auditorium HM Rasjidi Kementerian Agama  <https://shorturl.at/ApXhM> & Youtube Literasi Zakat Wakaf & Bimas Islam

[#JadiLebihTahu](#) [#Zakat](#) [#Wakaf](#) [#tv9newmedia](#)