ABSTRAK

PERAN MEDIA MASSA UNTUK SOSIALISASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP CAPAIAN WAKAF UANG PERIODE 2014-2015 DI BADAN WAKAF INDONESIA

Oleh :

Muhammad Lazuardi

13423074

Badan Wakaf Indonesia adalah lembaga negara independen yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004. Badan ini dibentuk dalam rangka mengembangkan dan memajukan perwakafan di Indonesia. Badan Wakaf Indonesia hadir untuk membina nazhir agar aset wakaf dikelola lebih baik dan lebih produktif yang salah satu caranya melakukan sosialisasi menggunakan media massa melalui divisi Hubungan Masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sosialisasi wakaf uang yang dilakukan, media massa yang digunakan, serta dampaknya terhadap capaian wakaf uang yang di dapat oleh Badan Wakaf Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik analisis yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan telaah dokumentasi yang berdasarkan aktivitas lapangan. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia lebih menekankan kepada sosialisasi sekunder yang memanfaatkan kondisi sosial seseorang yang melalui media lingkungan kerja seperti Perwakilan Badan Wakaf Indonesia, *Nazir* wakaf uang yang terdaftar, dan Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang. Sosialisasi tersebut ditunjang dengan penggunaan media massa seperti media elektronik (televisi, radio), media cetak (buku, jurnal, dan koran), dan media internet (website, sosial media facebook dan twitter) dimana tidak semuanya media memiliki peran yang baik, seperti televisi dan koran yang membutuhkan biaya yang banyak, dibandingkan dengan radio, buku, website, dan sosial media facebook dan twitter yang relatif lebih rendah biayanya. Dampak positif yang diterima dari sosialisasi menggunakan media massa secara keseluruhan, menjadikan Badan Wakaf Indonesia sebagai sumber informasi wakaf uang, interaksi sosial tentang wakaf uang dengan masyarakat, dan mendapatkan umpan balik yang menguntungkan berupa peningkatan asset wakaf uang dari sebelumnya Rp 2,912,038,711 di tahun 2014 menjadi Rp 3,019,118,581 di tahun 2015.

Kata Kunci : **Media Massa, Sosialisasi Wakaf Uang, Capaian Wakaf Uang**

ABSTRACT

ROLE OF MASS MEDIA FOR SOCIALIZATION AND IMPACT TO ACHIEVEMENTS CASH WAQF PERIOD 2014-2015 IN INDONESIA WAQF BOARD

By :

Muhammad Lazuardi

13423074

Indonesia Waqf Board is an independent state agency created based on Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004. *The board was formed in order to expands and to advances Indonesia waqf development. Indonesia Waqf Board presents to helps the Nazhir manage their assets become more productive. One of the ways is socialization by using the mass media through its Public Relations division. The purpose of this research is to find out the cash waqf socialization activities have been done, the number of mass media used, and the impact on the achievement of cash waqf gained by the Indonesian Waqf Board. This research is qualitative descriptive with analysys technique conducted through observation, interview, and review of documentations based on the field activities. Based on the result of author research tells that Indonesia Waqf Board emphasizes on secondary socialization that utilize individual social condition through a work environment such as Indonesia Waqf Board Agency, registered cash waqf Nazhir, and Islamic Financial Institutions of Cash Waqf Receiver (LKS-PWU). The Socialization supported by the using of mass media such as electronic media (television and radio), print media (book, journal, and newspaper), and internet media (website, social media facebook and twitter). Some instruments show ineffective roles such as television and newspaper with requiring large cost. It compared with radio, book, websites, and social media facebook and twitter relatively need lower costs. The positive impacts received from socialization by using mass media as a whole are causing Indonesia Waqf Board as main resources of cash waqf information, create social interaction with the public about cash waqf, and get prosper feedbacks by increasing the cash waqf assets from Rp 2,912,038,711 in 2014 to Rp 3,019,118,581 in 2015.*

Keywords : ***Mass Media, Cas Waqf Socialization, Cash Waqf Achievements***