

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan kita sebagai seorang umat muslim tak pernah lepas dari dakwah dan berpegang teguh pada Al-Qur'an serta hadist sebagai petunjuk hidup. Dakwah sendiri menjadi hal yang wajib kita lakukan dan kita laksanakan dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah ialah ajakan atau seruan kepada hal yang baik atau ke jalan Allah SWT. Seperti pada salah satu ayat Al-Qur'an yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang terbaik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl: 125).

Ayat ini menjelaskan tentang ajakan berdakwah kepada agama Tuhan (Rabb) dan mentaati-Nya dengan cara al-hikmah, al-mau'idhah al-hasanah dan al-mujadalah. Dakwah juga memiliki tujuan menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam al-Qur'an-al-Hadits dan mengajak manusia untuk mengamalkannya.

Dakwah adalah sesuatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana. Dakwah juga dilakukan dengan menentukan metode dakwah, atau strategi dakwah. Strategi Dakwah adalah upaya atau usaha untuk mencapai tujuan. Strategi dakwah adalah

upaya atau usaha untuk mencapai tujuan dakwah.¹ Strategi dakwah ini menjadi komponen penting bagi da'i dalam berdakwah, agar dakwah berjalan dengan lancar dan berhasil mencapai tujuan. Dalam berdakwah tentunya banyak tantangan yang harus kita lewati, salah satunya teknologi digital yang kian pesat. Kemajuan teknologi digital dan penggunaan media sosial yang semakin banyak menimbulkan berbagai implikasi, termasuk dalam kehidupan beragama.

Referensi ilmu keagamaan menempatkan internet sebagai rujukan. Sementara pengguna internet di Indonesia didominasi oleh kaum milenial yang memiliki pemikiran terbuka dan rasional. Serta menjadikan internet sebagai alternatif sumber ilmu, termasuk ilmu agama.² Seperti pada Hasil penelitian Alvara *Research Center* terkait survei penggunaan Internet di Indonesia pada tahun 2015 menunjukkan bahwa konsumsi internet (*addicted user*) generasi milenial jauh lebih tinggi dibanding dengan *gen X*, terutama di *younger millennial generation* (15-24 tahun). Dilihat dari trend penggunaan internet menurut usia, maka semakin muda usia semakin tinggi konsumsi internetnya. Artinya bahwa internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi generasi *millennials* untuk komunikasi dan aktualisasi diri.³

Melihat cepatnya perkembangan internet sekarang, dalam mengembangkan dakwah di internet, perlu adanya strategi dakwah digital dalam mengembangkan dakwah itu sendiri. Salah satu strategi dakwah di era digital

¹ Abu Ali Ammar Hussein, *Strategi Dakwah Menurut Al-Qur'an* (San Francisco: Blurb Incorporated, 2021).

² Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital dan Generasi Milenial (menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)," *Tasâmuh* 18, no. 1 (2020): 54–78.

³ Ali Hasanuddin dan Lilik Purwandi, *Milenial Nusantara* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017).

adalah menggunakan konten sebagai media dakwah. Konten dakwah yang disebarakan dapat berupa tulisan, gambar, audio, video, dan animasi, hingga infografis. Dakwah juga dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan Youtube, Instagram, dan sebagainya. Pengemasan pesan- dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa didukung dengan kemasan yang menarik terkadang mudah ditinggalkan orang. Peluang dakwah digital ini telah dibaca oleh sebuah platform digital, yaitu Badan Q. Badan Q merupakan website corporate dari Badan Q yang berfungsi sebagai pusat informasi resmi dari Badan Q, sekaligus website penggalangan dana wakaf, sedekah, infak dan zakat secara online. Badan Q juga merupakan filantropi Islam yang menjadi jembatan kebaikan antara wakif dan penerima manfaat wakaf dengan inovasi wakaf untuk memberikan solusi pada permasalahan umat Badan Q mempermudah wakif untuk berwakaf dan berdonasi serta menyalurkan bantuan kepada saudara kita hingga pelosok negeri. Badan Q memprioritaskan masyarakat daerah rawan Pendidikan aqidah dalam penyaluran wakaf mereka. Kehadiran platform Badan Q dapat menumbuhkan keinginan kita untuk bersedekah, infak dan zakat, bahkan galang dana dan pasti juga akan menumbuhkan keinginan untuk belajar membaca Al-Qur'an. Dengan pemanfaatan media digital yang sangat baik dari platform Badan Q untuk menyebarkan dan mengajak masyarakat untuk bersedekah dan belajar Al-Qur'an, peneliti tertarik untuk membahasnya dengan judul **“STRATEGI DAKWAH DIGITAL PLATFORM BADAN Q DALAM MENYALURKAN AL-QUR'AN KE DAERAH DAERAH RAWAN PENDIDIKAN DAN AQIDAH”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan saya teliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk strategi dakwah digital platform Badan Q dalam menyalurkan al-qur'an ke daerah daerah rawan pendidikan dan aqidah?
2. Apa saja media digital yang digunakan Badan Q untuk menjalankan strategi dakwah digital?
3. Bagaimana cara Badan Q dalam menyalurkan al-qur'an ke daerah daerah rawan pendidikan dan aqidah?

C. Tujuan Masalah

1. Mengetahui bagaimana bentuk strategi dakwah digital platform Badan Q dalam menyalurkan al-qur'an ke daerah daerah rawan pendidikan dan aqidah.
2. Mengetahui Apa saja media digital yang digunakan platform Badan Q untuk menjalankan strategi dakwah digital.
3. Mengetahui bagaimana cara Badan Q dalam menyalurkan al-qur'an ke daerah daerah rawan pendidikan dan aqidah.

D. Signifikasi Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun secara praktisi.

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, wawasan dan juga dapat menjadi referensi terkait strategi dakwah

melalui media digital,serta menjadi bahan literatur pengembangan ilmu dakwah pada umumnya.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para penggiat dakwah,khususnya dalam dakwah digital, dan dapat menjadi pedoman dalam memahami strategi dalam berdakwah di media digital sehingga dapat mempermudah penggiat dakwah dalam mengembangkan dakwah.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam memahami makna istilah dari judul penelitian **“STRATEGI DAKWAH DIGITAL PLATFORM BADAN Q DALAM MENYALURKAN AL-QUR’AN KE DAERAH DAERAH RAWAN PENDIDIKAN DAN AQIDAH”**, Maka peneliti akan menegaskan istilah yang akan dijadikan landasan pada pembahasan selanjutnya. Berikut definisi operasional yang terdapat pada judul, yaitu:

1. Badan Q

Badan Q adalah lembaga filantropi Islam yang fokus pada inovasi dalam pengelolaan wakaf. Lembaga ini berperan sebagai jembatan antara wakif (pewakaf) dan penerima manfaat wakaf. Misi utama Badan Q termasuk penyaluran Al-Qur'an ke daerah-daerah rawan pendidikan dan aqidah, dukungan kepada da'i, pengembangan program inovatif, dan penyediaan bantuan kemanusiaan.

2. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah metode dan upaya sistematis yang digunakan oleh Badan Q untuk menyampaikan pesan-pesan Islam dan meningkatkan minat membaca Al-Qur'an di masyarakat. Dalam konteks ini, strategi dakwah merujuk pada proses menentukan cara dan upaya yang digunakan oleh Badan Q untuk menyalurkan Al-Qur'an ke daerah-daerah rawan pendidikan dan aqidah.

3. Dakwah Digital

Dakwah digital merujuk pada usaha menyampaikan pesan-pesan Islam melalui platform-platform digital seperti internet, media sosial, dan aplikasi. Pendekatan ini melibatkan penggunaan gambar, video, animasi, dan desain grafis untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif dan menarik.

4. Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah kitab suci umat Islam yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pedoman hidup. Dalam penelitian ini, Al-Qur'an difokuskan sebagai objek utama yang disalurkan oleh Badan Q ke daerah-daerah rawan pendidikan dan aqidah.

5. Penyaluran

Penyaluran adalah proses distribusi Al-Qur'an dari Badan Q kepada masyarakat yang membutuhkan di daerah-daerah rawan pendidikan dan aqidah. Proses ini melibatkan berbagai tahapan seperti pengumpulan donasi, pengiriman, dan distribusi langsung ke lokasi tujuan.

6. Media Digital

Media digital yang digunakan oleh Badan Q meliputi berbagai platform seperti YouTube, Instagram, website, Facebook, TikTok, dan WhatsApp. Setiap platform memiliki peran spesifik dalam mendukung strategi dakwah digital Badan Q, seperti menyebarkan informasi, mengajak masyarakat untuk berwakaf, dan melaporkan hasil distribusi.

Dengan definisi operasional ini, diharapkan penelitian dapat berjalan dengan lebih terarah dan jelas dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan, serta menghindari kesalahpahaman dalam memahami istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam Penelitian Winda Rahma Sari.⁴ Dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian, menunjukkan strategi public relations dalam membangun citra lembaga pada Badan Q. Dari beberapa strategi yang dilakukan oleh public relations Badan Q dalam membangun citra lembaga bertujuan untuk membangun dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berwakaf dan membantu sesama serta memudahkan masyarakat berkomunikasi dengan lembaga.

⁴ Winda Rahma Sari, "Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Lembaga Pada Badan Wakaf Al-Qur'an" (Skripsi, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

Dalam Penelitian Sayidatu Syarifah Sudrajat.⁵ Dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi atau pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan pendayagunaan dana wakaf disalurkan melalui lima fokus program wakaf yaitu, wakaf Al-Qur'an dan pembinaan, water action for people, tebar cahaya Indonesia terang, wakaf khusus dan wakaf produktif terhadap program-program. Sedangkan pendayagunaan dana bukan wakaf (zakat, infak dan sedekah) disalurkan melalui program zakat peer to peer, Indonesia belajar dan sedekah kemanusiaan. Pendayagunaan dana di Badan Q secara garis besar sudah efektif. Faktanya pada penghimpunan dana pada tahun 2016 sebesar Rp9.181.869.256, - dari dana tersebut didayagunakan melalui program-program tahun 2016 sebesar Rp4.600.513.596,- maka, dana yang tersisa sebesar Rp4.581.355.660,-. Terdapat adanya jumlah dana penghimpunan yang lebih besar dibandingkan dengan pengeluaran/ pendayagunaan. Hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa ada satu program yang belum terealisasi karena belum ada permintaan dieksekusi dan proses fundraising yang masih berjalan. Namun, pencapaian BADAN Q dinyatakan efektif (berhasil), karena seluruh target dan tujuan dari masing-masing program telah tercapai sesuai yang direncanakan BADAN Q. Dengan adanya program wakaf khusus dalam project kapal dakwah misalnya, project tersebut bisa melaksanakan seluruh program program yang ada di BADAN Q ke pulau-pulau pelosok negeri.

⁵ Sayidatu Syarifah Sudrajat, "Efektivitas Pendayagunaan Dana Wakaf Terhadap Program-Program Badan Wakaf Al-Qur'an Jakarta Tahun 2016" (Skripsi, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

Dalam penelitian Dwi Ayu Amalia.⁶ Dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi BADAN Q berhasil dalam memperkenalkan wakaf sebagai gaya hidup Muslim melalui akun Instagram @wakafquran. Pewakif terus bertambah seiring dengan konten yang rutin diupload di Instagram @wakafquran.

⁶ Dwi Ayu Amalia, “Strategi Komunikasi Badan Wakaf Al-Quran Dalam Memperkenalkan Wakaf Sebagai Gaya Hidup Muslim” (Skripsi, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).