

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditemukan oleh penentuan strategi komunikasi, jika tidak ada strategi komunikasi, bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh yang *negative*. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu yang menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideologi, Politik, Ekonomi, Sosial Budaya, dan lain-lain) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian pesan melalui berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi, dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi.

Sinergi Foundation (SF) adalah lembaga swadaya milik publik yang didedikasikan untuk mendorong pengembangan kreativitas dan inovasi berbasis Wakaf dan ZIS yang produktif (Zakat, Infaq-Sedekah). Untuk meningkatkan kemampuan sosial serta membangun kolaborasi menuju masyarakat yang produktif. Dengan sinergi antar segenap elemen peduli guna meningkatkan kapasitas serta memperluas jangkauan pengabdian, Sinergi Foundation (SF) berkomitmen meretas jalan bersama melalui pendayagunaan sumber daya lokal, menuju terwujudnya masyarakat yang mandiri, produktif dan berkarakter.

Sebagai lembaga pengelola wakaf yang berupa amal donasi, Strategi Komunikasi Sinergi Foundation berbeda dengan layanan lainnya. Strategi yang dipilih peneliti digunakan sebagai alat untuk menganalisis strategi komunikasi untuk menarik donatur. Donatur Sinergi Foundation tidak hanya berada di Kota Bandung melainkan diseluruh penjuru kota-kota besar yang ada di Indonesia.

Strategi Komunikasi Sinergi Foundation memperhatikan tersampainya informasi kepada donatur dalam rangka menumbuhkan kepercayaan dengan donatur. Mengingat Sinergi Foundation merupakan lembaga penghimpunan dana, membentuk dan meningkatkan kepercayaan dan hubungan baik dengan donatur. Salah satunya adalah Sinergi Foundation melalui program wakaf produktif.

Dalam masyarakat tidak hanya lembaga sosial yang bergerak dalam kegiatan sosial dengan mengikuti sistem norma sosial, tetapi ada juga beberapa lembaga sosial yang dirancang untuk mengelola donasi amanah dari masyarakat. Salah satunya lembaga Sinergi Foundation dengan program wakaf produktif.

Wakaf produktif adalah harta benda atau pokok tetapnya wakaf tidak secara langsung digunakan untuk mencapai tujuannya, tapi dikembangkan terlebih dahulu untuk menghasilkan sesuatu (produktif) dan hasilnya di salurkan sesuai dengan tujuan wakaf. Seperti wakaf tanah untuk digunakan bercocok tanam, Mata air untuk dijual airnya dan lain-lain. Wakaf produktif juga dapat didefinisikan yaitu harta yang digunakan untuk kepentingan produksi baik dibidang pertanian, perindustrian, perdagangan dan jasa yang manfaatnya bukan pada benda wakaf secara langsung, tetapi dari keuntungan bersih dari hasil pengembangan wakaf yang diberikan kepada orang-orang yang berhak sesuai dengan tujuan wakaf.

Dalam permasalahan sosial masyarakat Indonesia dan tuntutan kesejahteraan ekonomi akhir-akhir ini, keberadaan lembaga Wakaf menjadi sangat strategis. Selain sebagai aspek ajaran Islam dengan tataran spriritual, wakaf juga merupakan ajaran yang menekankan pada pentingnya kesejahteraan ekonomi (Tataran sosial). Wakaf telah memainkan peran penting dalam membantu kesejahteraan masyarakat sepanjang sejarah.

Di Indonesia, model distribusi wakaf seringkali sangat mahal sehingga tidak dapat dikembangkan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik terutama untuk kesejahteraan umat Islam. Sejak krisis ekonomi memicu krisis dalam kehidupan masyarakat kita, peran wakaf menjadi alat yang sangat penting yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pentingnya dalam mencapai tujuan keberhasilan yang diharapkan, suatu lembaga didukung oleh donatur dari masyarakat yang memiliki kepedulian tinggi terhadap permasalahan kemanusiaan dan juga partisipasi perusahaan melalui suatu program. Maka, penting melakukan upaya agar masyarakat selalu konsisten mendukung dan menjadi bagian dalam tujuan lembaga, serta berbagai upaya yang dilakukan oleh lembaga agar tumbuhnya kepercayaan dan minat masyarakat terhadap lembaga khususnya Sinergi Foundation.

Dalam konteks negara Indonesia, amalan wakaf sudah dilaksanakan oleh masyarakat Muslim Indonesia sejak sebelum merdeka. Oleh karena itu pihak pemerintah telah menetapkan Undang-undang khusus yang mengatur tentang perwakafan di Indonesia, yaitu Undang-undang nomor 41 tahun 2004 tentang Wakaf. Untuk melengkapi Undang-undang tersebut, pemerintah juga telah

menetapkan Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2006 tentang Pelaksanaan Undang-undang nomor 41 tahun 2004.

Berdasarkan alasan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **Strategi Komunikasi Sinergi Foundation Bandung Melalui Program Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Sesuai dengan apa yang telah di uraikan peneliti dalam latar belakang tersebut, maka fokus peneliti menetapkan rumusan masalah makro dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Strategi Komunikasi Sinergi Foundation Bandung dalam Meningkatkan Minat Donatur?”**

### **1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

Berdasarkan rumusan masalah makro yang telah di tetapkan, maka rumusan masalah mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana Perencanaan yang disusun Strategi Komunikasi yang di gunakan Sinergi Foundation Bandung melalui program wakaf produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur?
2. Bagaimana Pelaksanaan Strategi Komunikasi dari Sinergi Foundation Bandung melalui Program Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur?

3. Bagaimana Pengukuran/Evaluasi Strategi Komunikasi yang dilakukan Strategi Komunikasi Sinergi Foundation Bandung melalui Program Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur?
4. Bagaimana Pelaporan yang disusun Strategi Komunikasi Sinergi Foundation Bandung melalui Program Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai Strategi Komunikasi Sinergi Foundation Bandung Melalui Program Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui Perencanaan Strategi Komunikasi yang disusun Sinergi Foundation Bandung melalui Program Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur?
2. Untuk Mengetahui Pelaksanaan Strategi Komunikasi Sinergi Foundation Bandung melalui Program Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur?
3. Untuk Mengetahui Pengukuran/Evaluasi Strategi Komunikasi Sinergi Foundation Bandung melalui Program Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur?

4. Untuk Mengetahui Pelaporan Strategi Komunikasi Sinergi Foundation Bandung melalui Program Wakaf Produktif dalam Meningkatkan Minat Donatur?

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori di bidang komunikasi, khususnya mengenai strategi komunikasi dalam meningkatkan minat. Serta dapat dijadikan sebagai salah satu studi pendahuluan oleh peneliti lain.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

- a. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang strategi komunikasi.

- b. Bagi Universitas

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan literatur maupun referensi bagi mahasiswa UNIKOM secara umum, khususnya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang melakukan penelitian pada kajian yang sama.

- c. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat memberi masukan positif bagi lembaga-lembaga sosial dalam memahami pentingnya fungsi wakaf agar mencapai tujuan yang diinginkan, serta bertujuan untuk memahami pentingnya manfaat wakaf produktif yang dikelola dengan baik melalui program- program unggulan yang ada di lembaga-lembaga wakaf.

d. **Bagi Sinergi Foundation**

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi masukan atau pertimbangan bagi Sinergi Foundation Bandung dalam meningkatkan minat donatur.