

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi komunikasi digital pada era modern telah membawa perubahan besar terhadap cara manusia berinteraksi dan menyampaikan pesan. Di tahun-tahun mendatang, termasuk pada 2025, teknologi digital menjadi tulang punggung dalam membentuk dinamika sosial dan budaya global melalui berbagai platform seperti media sosial, aplikasi pesan instan, serta situs web interaktif. Pola komunikasi kini tidak lagi satu arah, melainkan bersifat dua arah yang lebih cepat, efisien, dan inklusif. Peran kecerdasan buatan (AI) juga semakin dominan dalam mendukung strategi komunikasi digital, mulai dari pemantauan media hingga analisis data untuk menghasilkan pendekatan yang lebih personal dan efektif. Transformasi ini berpengaruh luas terhadap berbagai sektor, seperti pendidikan, bisnis, dan pemerintahan, yang kini semakin adaptif terhadap perkembangan teknologi digital (Firdaus, 2025).

Transformasi komunikasi digital tersebut tidak hanya mengubah infrastruktur teknologi, tetapi juga cara berpikir dan bertindak masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi sosial yang sebelumnya bergantung pada tatap muka kini bergeser ke ruang digital yang memungkinkan komunikasi lintas waktu dan tempat. Masyarakat global semakin terbiasa dengan pertukaran informasi secara instan dan terbuka, menjadikan teknologi digital sebagai bagian integral dari gaya hidup modern. Hal ini menuntut individu, organisasi, dan lembaga sosial untuk terus berinovasi dalam mengelola komunikasi publik agar tetap relevan dan efektif di tengah arus digitalisasi yang semakin pesat (Lase et al., 2025).

Perubahan yang dibawa oleh transformasi teknologi digital turut memengaruhi pola komunikasi dan partisipasi sosial masyarakat secara signifikan. Media digital kini tidak hanya berfungsi mempercepat dan memperluas penyebaran informasi, tetapi juga mendorong terjadinya interaksi sosial yang lebih partisipatif dan dua arah. Melalui platform

digital, individu dapat berperan aktif dalam berbagai kegiatan sosial tanpa batas ruang dan waktu. Salah satu wujud konkret dari perubahan ini adalah munculnya praktik *digital fundraising* yang memanfaatkan media daring sebagai sarana utama penggalangan dana. Masyarakat kini dapat dengan mudah berkolaborasi, berdonasi, serta terlibat dalam aktivitas sosial melalui aplikasi pesan instan dan media sosial. Namun, dinamika baru ini juga menghadirkan tantangan, seperti penyebaran informasi yang tidak valid dan rendahnya literasi digital di sebagian masyarakat. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman dan etika digital menjadi hal penting agar partisipasi daring tetap bersifat positif, produktif, dan berkelanjutan (R. Aulia & Srg, 2024).

Fenomena *digital fundraising* menandai terjadinya pergeseran cara lembaga sosial dan keagamaan dalam mengelola komunikasi publik. Kini, strategi komunikasi tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga membangun interaksi yang responsif dan transparan dengan publik. Lembaga-lembaga sosial memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau audiens lebih luas serta membentuk hubungan yang lebih personal dengan donatur. Penggunaan fitur seperti *broadcast* atau *Blast Chat* memungkinkan pesan-pesan penggalangan dana disebarkan secara masif, efisien, dan terukur. Hal ini memperkuat partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial dan keagamaan sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pengelola dana sosial. Di sisi lain, tantangan seperti keamanan data, etika komunikasi, dan transparansi pengelolaan informasi menjadi isu penting yang perlu dijaga agar pemanfaatan teknologi digital tetap berjalan secara optimal dan beretika (Lase et al., 2025).

Di Indonesia, salah satu platform digital yang memiliki dominasi kuat dalam kehidupan masyarakat adalah *WhatsApp*. Aplikasi ini berperan penting dalam mendukung berbagai aktivitas komunikasi, mulai dari urusan pribadi hingga kegiatan bisnis, dakwah, dan sosial-keagamaan. Kemudahan penggunaannya, kecepatan dalam menyampaikan pesan, serta jangkauan yang luas menjadikan *WhatsApp* sebagai media pilihan utama bagi banyak

komunitas, termasuk lembaga pendidikan dan pesantren. Melalui platform ini, interaksi sosial dapat berlangsung lebih efisien dan intens, terutama dalam mengorganisir kegiatan sosial serta menggalang partisipasi publik secara digital (Baru B. M.; Pratiwi, 2025).

*WhatsApp* kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, tetapi juga telah berevolusi menjadi alat strategis dalam praktik digital *marketing* dan *fundraising* sosial. Salah satu fitur yang paling berpengaruh adalah *Blast Chat* atau pesan siaran (*broadcast message*), yang memungkinkan lembaga mengirimkan informasi ke banyak penerima secara serentak dengan cara yang cepat, efisien, dan tetap personal. Fitur ini terbukti efektif dalam membangun kedekatan emosional antara lembaga dan audiensnya, meningkatkan solidaritas, serta mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan sosial dan keagamaan, khususnya penggalangan dana (*fundraising*) (Rukmanah et al., 2023).

Tabel 1. 1 Pengguna *Whatsapp* di indonesia tahun 2020-2024

| Tahun | Presentase Pengguna <i>WhatsApp</i> | Populasi Indonesia (World Bank) | Estimasi Jumlah Pengguna <i>WhatsApp</i> |
|-------|-------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------|
| 2020  | 84,0%                               | 274.814.866                     | ≈ 230.844.487                            |
| 2021  | 87,7%                               | 276.758.053                     | ≈ 242.716.812                            |
| 2022  | 88,7%                               | 278.830.529                     | ≈ 247.322.679                            |
| 2023  | 92,1%                               | 281.190.067                     | ≈ 258.976.052                            |
| 2024  | 90,9%                               | 283.487.931                     | ≈ 257.690.529                            |

Sumber: We Are Social & Hootsuite 2024.

Tingkat penetrasi pengguna *WhatsApp* di Indonesia yang sangat tinggi menjadi faktor utama keberhasilan media ini dalam berbagai program komunikasi publik. Dibandingkan dengan media konvensional, *WhatsApp* memiliki keunggulan dalam hal biaya yang lebih rendah, efektivitas pesan yang lebih besar, dan kemampuan menyesuaikan konten berdasarkan segmentasi audiens. Melalui pesan siaran yang terpersonalisasi, lembaga dapat menyampaikan ajakan, informasi donasi, maupun laporan kegiatan secara langsung kepada target sasaran yang relevan. Dengan demikian, *WhatsApp* berfungsi bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga

sebagai media pemberdayaan yang memperkuat jejaring sosial dan meningkatkan keterlibatan publik dalam kegiatan filantropi Islam seperti ZISWAF (Meli Saputri, 2024).

Pondok Pesantren Putra-Putri Assalafie terletak di Desa Babakan, Kecamatan Ciwaringin, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Pesantren ini berdiri pada tahun 1966 atas prakarsa Almaghfurlah KH. Syaerozie bin KH. Abdurrohim, yang memiliki silsilah keilmuan hingga Sunan Gunung Jati. Sebagai salah satu pesantren tertua dan terbesar di wilayah Cirebon, Assalafie menjadi pusat pendidikan Islam yang menekankan nilai-nilai keilmuan, keimanan, dan akhlakul karimah. Pesantren ini berafiliasi dengan Nahdlatul Ulama (NU) dan konsisten mencetak generasi santri yang berkarakter, berpengetahuan luas, serta berdaya saing tinggi dalam menghadapi tantangan zaman (Tuti Alawiyah et al., 2025).

Pesantren Assalafie memiliki jaringan alumni yang luas dan tersebar di berbagai daerah di Indonesia, baik dari kalangan santri putra maupun putri. Hubungan antaralumni tetap terjalin erat melalui berbagai kegiatan sosial, pendidikan, dan keagamaan. Untuk memperkuat komunikasi dan koordinasi, dibentuklah organisasi alumni bernama IKTASA (Ikatan Alumni Santri Assalafie & Assalafiat) pada tahun 2006. Organisasi ini awalnya dikelola oleh pihak pesantren, namun kini berkembang menjadi wadah independen yang dikelola oleh para alumni dengan struktur organisasi yang lengkap dan dinamis (Saefullah, 2023).

Di bawah naungan pesantren ini juga berdiri LAZISWA Qinthorul Barokah (QB), yaitu lembaga amal zakat, infak, sedekah, dan wakaf yang berfokus pada pemberdayaan kaum dhuafa dengan mengintegrasikan nilai-nilai ibadah dan manajemen modern. LAZISWA QB memiliki visi untuk menjadi lembaga pengelola dana ZISWAF yang profesional, amanah, dan berdaya guna. Tujuan utamanya adalah menciptakan sinergi antara *muzakki*, *amilin*, dan *mustahiq* agar proses pengumpulan dan pendistribusian dana sosial berjalan lebih efektif dan transparan. Program-program unggulan LAZISWA QB meliputi penggalangan dana melalui jejaring donatur alumni

dan wali santri, infaq bulanan santri, serta kegiatan amal dan wakaf produktif. Dana yang terkumpul kemudian dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan sosial seperti beasiswa santri yatim dan dhuafa, program ekonomi produktif, hingga pemberdayaan masyarakat berbasis wakaf (Laziswa Qinthorul, 2025).

LAZISWA Qinthorul Barokah didirikan pada tahun 2014 sebagai lembaga pengelola ZISWAF yang berfokus pada penguatan ekonomi umat dan pemberdayaan santri serta masyarakat sekitar pesantren. Pada awal berdirinya, kegiatan *fundraising* masih dilakukan secara sederhana melalui *WhatsApp* pribadi, *Facebook*, dan proposal offline, dengan jangkauan yang terbatas dan pola komunikasi personal.

Perubahan signifikan terjadi pada tahun 2017, ketika LAZISWA mulai memanfaatkan *WhatsApp Blast* secara manual melalui fitur siaran, disertai penggunaan *WhatsApp Business* yang memungkinkan pengelompokan donatur berdasarkan label. Strategi ini mulai menunjukkan hasil, terutama pada 2018, saat LAZISWA berhasil menghimpun donatur tetap, termasuk dari kalangan alumni dan wali santri. Sebagai gambaran kondisi keuangan sebelum penerapan *Blast Chat WhatsApp*, LAZISWA Qinthorul Barokah hanya mencatatkan pemasukan tahunan yang relatif kecil. Pada tahun 2017, pemasukan LAZISWA sebesar Rp12.539.126, kemudian meningkat menjadi Rp18.157.691 pada tahun 2018, dan Rp28.129.171 pada tahun 2019. Angka-angka ini mencerminkan keterbatasan jangkauan dan efisiensi metode *fundraising* konvensional yang masih mengandalkan *WhatsApp* pribadi, Facebook, serta proposal offline.

Namun demikian, pada periode 2017–2019 tersebut, pemanfaatan *Blast Chat WhatsApp* masih dilakukan secara manual dan belum terstruktur. Akibatnya, beberapa kendala masih terlihat. Pertama, tingkat partisipasi alumni dalam program ZISWAF masih rendah. Kedua, metode penghimpunan dana yang digunakan masih bersifat konvensional sehingga kurang efektif dalam menjangkau potensi donasi alumni. Ketiga, penggunaan media digital, khususnya fitur *Blast Chat*, belum optimal

sebagai sarana komunikasi *fundraising* yang terarah. Keempat, *database* alumni yang dimiliki LAZISWA belum lengkap, sehingga menyulitkan segmentasi donatur dan personalisasi pesan. Kondisi ini tercermin dari pemasukan tahunan yang masih relatif kecil.

Melihat kendala tersebut, LAZISWA Qinthorul Barokah kemudian melakukan inovasi dengan mengoptimalkan sistem *Blast Chat WhatsApp* secara lebih terstruktur pada periode 2020–2025. Namun demikian, masih terdapat celah penelitian yang perlu dikaji lebih mendalam, terutama terkait sejauh mana efektivitas penggunaan *Blast Chat WhatsApp* dalam meningkatkan partisipasi alumni terhadap program ZISWAF. Meskipun banyak penelitian sebelumnya berfokus pada pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, atau platform *crowdfunding*, kajian mengenai peran *WhatsApp* dalam konteks *fundraising* keagamaan di lembaga pesantren masih sangat terbatas (Anggraini & Hilal, 2025). Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi digital berbasis *WhatsApp* dapat dioptimalkan agar mendukung keberlanjutan program sosial di lingkungan pesantren.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada peran *Blast Chat WhatsApp* sebagai media *fundraising digital* dalam meningkatkan partisipasi alumni program ZISWAF di LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin, Cirebon. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi digital, pola keterlibatan alumni, serta efektivitas pesan yang disampaikan melalui *WhatsApp Blast* dalam mendukung kegiatan sosial dan keagamaan pesantren. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“Peran *Blast Chat WhatsApp* sebagai Media *Fundraising Digital* pada Partisipasi Alumni Program ZISWAF (Studi Kasus di LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon)”**.

## B. Identifikasi Masalah

Wilayah kajian yang diambil oleh penulis berkaitan dengan Lembaga Amil Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) dengan fokus pada pengelolaan *fundraising* digital yang dilaksanakan oleh LAZISWA Qinthorul Barokah (QB) di bawah naungan Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang meneliti kondisi objek secara alami berdasarkan pengalaman dan fenomena yang terjadi di masyarakat serta praktik komunikasi digital lembaga.

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat diidentifikasi beberapa pokok masalah sebagai berikut:

1. Rendahnya tingkat partisipasi alumni dalam mendukung program Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) di LAZISWA Qinthorul Barokah.
2. Metode penghimpunan dana konvensional yang selama ini diterapkan dirasakan kurang efektif dalam menjangkau dan menggerakkan potensi donasi dari kalangan alumni.
3. Pemanfaatan media digital, khususnya *Blast Chat WhatsApp*, belum optimal sebagai sarana komunikasi *fundraising* yang terstruktur dan terarah kepada para alumni.
4. Database alumni yang dimiliki oleh LAZISWA Qinthorul Barokah belum lengkap, sehingga menyulitkan proses segmentasi, personalisasi pesan, dan distribusi informasi *fundraising* secara tepat sasaran.

## C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak melebar dari fokus kajian, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pemanfaatan fitur *Blast Chat WhatsApp* sebagai media komunikasi dan strategi *fundraising* digital yang dilakukan oleh LAZISWA Qinthorul Barokah (QB) Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon.

2. Kajian penelitian dibatasi pada partisipasi alumni pesantren dalam mendukung program Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) melalui komunikasi digital berbasis *WhatsApp*.
3. Penelitian ini tidak membahas media digital lain seperti Instagram, Facebook, atau platform *crowdfunding*, karena fokus utama diarahkan pada efektivitas dan peran *Blast Chat WhatsApp* dalam meningkatkan keterlibatan alumni.
4. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, sehingga penelitian ini menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman, persepsi, dan strategi komunikasi digital antara pihak LAZISWA Qinthorul Barokah dengan para alumni.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam melaksanakan kegiatan *fundraising* melalui fitur *Blast Chat WhatsApp* di LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon?
2. Bagaimana peran *Blast Chat WhatsApp* dalam meningkatkan partisipasi alumni terhadap program Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) di LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pemanfaatan *Blast Chat WhatsApp* sebagai media *fundraising* digital di lingkungan pesantren?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam melaksanakan kegiatan *fundraising* melalui fitur *Blast Chat WhatsApp* di LAZISWA Qinthorul Barokah.
2. Menganalisis peran *Blast Chat WhatsApp* sebagai media *fundraising* digital dalam meningkatkan partisipasi alumni terhadap program Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) di LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan *fundraising* digital berbasis *Blast Chat WhatsApp* di lingkungan LAZISWA Qinthorul Barokah.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

##### **1. Secara Teoritis**

Secara teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah di bidang komunikasi digital dan manajemen *fundraising* keagamaan, khususnya dalam konteks pemanfaatan media *WhatsApp* sebagai sarana penguatan partisipasi sosial-keagamaan. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam pengembangan teori tentang efektivitas media pesan instan dalam mendukung pengelolaan program Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) di era digital.

##### **2. Secara Praktis**

###### **a. Bagi Penulis**

Sebagai sarana pembelajaran dan pengalaman dalam memahami penerapan strategi komunikasi digital dan pengelolaan *fundraising* di lembaga keagamaan berbasis pendekatan kualitatif. Khususnya *Fundraising* digital di LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon.

b. Bagi LAZISWA QB

Penelitian ini memberikan manfaat langsung bagi lembaga dalam mengevaluasi dan menyempurnakan strategi komunikasi digital yang telah diterapkan melalui fitur *Blast Chat WhatsApp*. Hasil penelitian dapat dijadikan dasar untuk merancang sistem komunikasi yang lebih terstruktur, efisien, dan berorientasi pada peningkatan kepercayaan donatur.

c. Bagi Alumni Pondok Pesantren Assalafie Babakan

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada para alumni mengenai pentingnya keterlibatan aktif dalam program ZISWAF sebagai wujud kepedulian sosial dan pengabdian kepada pesantren. Melalui hasil penelitian ini, alumni dapat mengetahui bagaimana komunikasi digital berbasis *WhatsApp* dapat mempermudah mereka berpartisipasi, baik dalam bentuk donasi finansial maupun dukungan moral terhadap kegiatan sosial pesantren.

d. Bagi Lembaga Amil Zakat dan Pesantren Lainnya

Penelitian ini dapat menjadi model dan referensi praktis bagi lembaga amil zakat atau pesantren lain yang ingin mengembangkan sistem *fundraising* digital yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

e. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah dan pijakan awal bagi penelitian lanjutan di bidang komunikasi digital, filantropi Islam, dan pengelolaan ZISWAF. Akademisi dapat mengembangkan temuan penelitian ini untuk mengkaji media lain, membandingkan strategi digital antar lembaga, atau merumuskan model komunikasi *fundraising* yang lebih komprehensif.

## G. Kajian Literatur

1. Penelitian yang dilakukan oleh Zuhrotul Husna et al. (2024), mengkaji strategi komunikasi yang digunakan Polmed Ziswaf Center dalam

meningkatkan *fundraising* melalui media online, khususnya *WhatsApp* dan Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada pengurus, ahli Ziswaf, dan donatur, serta data sekunder dari berbagai literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media *WhatsApp*, dengan fitur *broadcast-nya*, efektif memfasilitasi penyebaran informasi dan ajakan berdonasi, sementara penggunaan Instagram belum dikelola secara optimal sehingga potensi *fundraising* belum maksimal (Husna et al., 2024). Temuan ini sejalan dengan pentingnya pengelolaan media digital untuk mencapai target penghimpunan dana. Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan *WhatsApp* sebagai media utama *fundraising* digital dan fokus pada partisipasi alumni program ZISWAF, sedangkan perbedaannya adalah lokasi penelitian dan penggunaan fitur *Blast Chat WhatsApp* yang spesifik dalam penelitian penulis, serta penerapan di lingkungan pondok pesantren versus lembaga pendidikan tinggi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran bagaimana pemanfaatan media digital dapat dioptimalkan dalam konteks *fundraising* ZISWAF.

2. Jurnal oleh Amalia Saumi dan Makhrus (2025), penelitian ini mengkaji bagaimana komunitas filantropi Islam di Indonesia mengadopsi inovasi digital dalam kegiatan *fundraising* untuk meningkatkan kesadaran berderma. Metode yang digunakan adalah penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, mengumpulkan data sekunder dari jurnal, buku, artikel, dan laporan terpercaya serta observasi dan dokumentasi platform digital filantropi. Analisis dilakukan dengan mereduksi, menyajikan, dan menarik kesimpulan dari data kualitatif yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi digital *fundraising* yang menggunakan berbagai platform seperti Sobat Berbagi, KitaBisa, Sedekah Rombongan, dan lainnya terbukti efektif dalam memperluas jangkauan donatur, mempermudah proses donasi, serta meningkatkan transparansi dan kepercayaan masyarakat terhadap

lembaga filantropi. Penggunaan platform ini juga menumbuhkan budaya gotong royong dan kesadaran berderma di masyarakat, terutama dalam konteks pengelolaan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, Wakaf) (Saumi, 2025).

Persamaan dengan penelitian penulis adalah keduanya menyoroti inovasi digital sebagai media utama dalam memudahkan penggalangan dana dan memperkuat partisipasi masyarakat, khususnya alumni dalam konteks pesantren. Keduanya juga menekankan pentingnya transparansi dan kemudahan akses digital untuk meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan donatur. Perbedaannya terletak pada fokus media digital yang digunakan, penelitian penulis lebih spesifik pada fitur *Blast ChatWhatsApp* di pondok pesantren Assalafie, sementara jurnal membahas berbagai platform digital yang lebih luas sebagai media *fundraising* dalam konteks komunitas filantropi Islam nasional. Selain itu, penelitian penulis memiliki fokus studi kasus di lingkungan pesantren dengan partisipasi alumni, sedangkan jurnal ini lebih pada kajian inovasi digital *fundraising* komunitas filantropi secara umum.

3. Penelitian yang di tulis oleh Zainuri dkk (2022) mengkaji penerapan berbagai metode *fundraising* digital untuk meningkatkan pengumpulan dana Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) di koperasi syariah Baitul Maal Wat Tamwil. Metode yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur, mengandalkan data sekunder dari buku, jurnal, artikel, dan sumber resmi lainnya. Metode *fundraising* digital yang dikaji meliputi *website*, *email*, *search engine marketing*, *social network*, *e-channel* bank syariah, situs belanja online, dompet elektronik, hingga pembuatan aplikasi sendiri. Tujuan utama strategi ini adalah meningkatkan jumlah dana yang dihimpun, menambah jumlah donatur, meningkatkan kepuasan donatur, serta memperbaiki citra koperasi syariah agar lebih dipercaya masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *fundraising* digital terbukti efektif untuk mengoptimalkan

pengumpulan dana ZISWAF dan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui koperasi syariah tersebut. Penggunaan berbagai platform digital dan media sosial memudahkan akses dan menumbuhkan kepercayaan donatur, sehingga mampu meningkatkan partisipasi. Meski demikian, tantangan teknis dan sumber daya manusia dalam pengelolaan teknologi menjadi hambatan yang perlu diatasi untuk mencapai hasil maksimal (Zainuri et al., 2022).

Persamaan dengan penelitian penulis adalah keduanya sama-sama menyoroti pentingnya media digital, khususnya *WhatsApp* dalam membangun komunikasi *fundraising* yang efektif untuk ZISWAF. Keduanya juga mengedepankan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan partisipasi donatur dan transparansi penggalangan dana. Perbedaannya terletak pada fokus media digital, penelitian penulis menitikberatkan pada fitur *Blast ChatWhatsApp* sebagai media utama di lingkungan pesantren dan alumni program ZISWAF tertentu, sedangkan jurnal ini mengkaji beragam metode digital *fundraising* pada koperasi syariah secara lebih luas dan komprehensif dalam konteks pemberdayaan ekonomi.

4. Jurnal yang di tulis oleh Yuliza dkk (2022) membahas pemanfaatan sistem perbankan digital untuk penghimpunan dan pengelolaan dana ZISWAF (zakat, infak, sedekah, wakaf) di Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan metode lapangan dengan wawancara dan dokumentasi, didukung studi pustaka. Hasilnya menunjukkan bahwa penghimpunan dana dilakukan melalui platform digital seperti BSI Mobile, ATM BSI, dan Jadiberkah.id, sementara pengelolaannya dijalankan lewat program charity dan sustainable seperti bantuan petani duafa, beasiswa, serta pengembangan masjid. Penggunaan digital banking terbukti memudahkan, mempercepat, dan meningkatkan transparansi dalam pembayaran serta penyaluran ZISWAF. Dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah, praktik ini sah

karena membawa manfaat dan kemaslahatan (maṣlaḥah al-ḥājiyah) sesuai prinsip syariah yang memudahkan umat (Yuliza et al., 2022).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian penulis karena sama-sama menyoroti digitalisasi *fundraising* ZISWAF dan peningkatan partisipasi masyarakat. Perbedaannya terletak pada media dan konteks, di mana jurnal meneliti platform digital banking, sedangkan penelitian penulis meneliti efektivitas *Blast ChatWhatsApp* dalam membangun partisipasi alumni. Meskipun berbeda, keduanya menunjukkan bahwa teknologi digital berperan penting dalam memperkuat pengelolaan dana sosial Islam secara efisien, transparan, dan sesuai prinsip syariah.

5. Jurnal karya Sujanu Harto Mulyono, Qurroh Ayuniyyah, dan Ibdalsyah (2022) membahas strategi digital *fundraising* yang digunakan LAZ Global Zakat dalam mengoptimalkan penghimpunan dana zakat, infak, dan sedekah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, melalui wawancara, observasi, serta analisis data menggunakan SWOT, IE Matrix, dan QSPM. Hasilnya menunjukkan bahwa LAZ Global Zakat menerapkan dua strategi digital *fundraising*, yakni organik (SEO, media sosial, email marketing, dan *WhatsApp*) serta berbayar (Google Ads, Social Media Ads, dan YouTube Ads) yang diarahkan ke platform crowdfunding seperti Indonesiadermawan.id dan Kitabisa.com. Strategi ini menempatkan LAZ Global Zakat pada posisi growth strategy, menandakan potensi besar dalam perluasan dan efektivitas penghimpunan dana digital (Mulyono et al., 2022).

Persamaannya dengan penelitian penulis terletak pada fokus pemanfaatan media digital untuk mendukung *fundraising* ZISWAF serta peningkatan partisipasi donatur melalui komunikasi yang efektif dan transparan. Perbedaannya, jurnal ini meneliti berbagai kanal digital dalam skala nasional, sedangkan skripsi ini menitikberatkan pada penggunaan *WhatsApp Blast* untuk menjangkau alumni pesantren secara langsung. Meskipun konteks dan medianya berbeda, keduanya

sama-sama menegaskan bahwa teknologi digital memiliki peran penting dalam memperkuat efektivitas *fundraising* berbasis syariah.

6. Jurnal karya Zalika Fauza dkk. (2023) membahas pemanfaatan teknologi digital melalui LinkAja Syariah untuk menghimpun dana ZISWAF secara efektif dan efisien. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan library research, menganalisis bagaimana aplikasi tersebut mempermudah masyarakat dalam menunaikan zakat, infaq, sedekah, dan wakaf melalui fitur digital dan sistem QRIS yang terhubung dengan lembaga amil zakat tanpa mengandung unsur riba, gharar, maupun maysir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi melalui LinkAja Syariah meningkatkan efisiensi, transparansi, dan partisipasi masyarakat dalam pembayaran ZISWAF. (Zalika Fauza et al., 2023). Persamaannya dengan penelitian penulis terletak pada fokus digitalisasi *fundraising* ZISWAF dan peran teknologi dalam meningkatkan partisipasi serta kepercayaan donatur. Namun, jurnal ini meneliti platform e-commerce nasional berbasis aplikasi digital, sedangkan penelitian penulis fokus pada penggunaan *WhatsApp Blast* sebagai media komunikasi langsung antar alumni pesantren.
7. Jurnal karya Aris Puji Purwatiningsih dkk. (2023) membahas peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap Islamic crowdfunding di Indonesia dan Malaysia. Penelitian ini menggunakan metode literature review dengan menganalisis 56 publikasi ilmiah terkait fintech dan media sosial yang berfokus pada platform Islamic crowdfunding seperti Kitabisa.com dan Kitafund. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya *WhatsApp*, Instagram, dan Facebook, memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan, meningkatkan kepercayaan publik, serta mendukung transparansi penggalangan dana syariah (Puji Purwatiningsih et al., 2023). Crowdfunding berbasis Islam dinilai sesuai prinsip muamalah seperti ujah dan wakalah bil ujah, dengan

keberhasilannya dipengaruhi oleh kolaborasi lembaga ZISWAF, dukungan publik figur, dan tingkat kepercayaan masyarakat.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menyoroti pemanfaatan media digital, khususnya *WhatsApp*, sebagai sarana peningkatan partisipasi dan kepercayaan dalam kegiatan *fundraising* ZISWAF. Perbedaannya terletak pada pendekatan dan konteks penelitian, di mana jurnal ini bersifat kajian literatur lintas negara dengan fokus pada crowdfunding berbasis platform publik, sedangkan penelitian penulis merupakan studi kasus lapangan yang memusatkan pada efektivitas komunikasi digital melalui *WhatsApp Blast* di lingkungan alumni pesantren.

8. Jurnal karya Abdul Rahman Ramadhan dkk. (2023) membahas strategi dan inovasi pengelolaan dana ZISWAF melalui platform digital untuk mendukung pembangunan masyarakat berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, yang menelaah berbagai literatur terkait teknologi digital dan filantropi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi pengelolaan ZISWAF meningkatkan transparansi, efisiensi, partisipasi publik, dan kepercayaan terhadap lembaga amal zakat, misalnya melalui platform “*myUmmat*” yang memungkinkan masyarakat menyalurkan dan memantau dana secara real-time. (Rahman Ramadhan et al., 2023). Persamaannya dengan penelitian penulis adalah sama-sama menyoroti pemanfaatan teknologi digital dalam *fundraising* ZISWAF serta peningkatan partisipasi dan kepercayaan publik. Namun, jurnal ini bersifat konseptual dan berskala nasional dengan fokus pada inovasi sistem digital, sedangkan penelitian penulis merupakan studi kasus empiris yang menitikberatkan pada efektivitas komunikasi melalui *WhatsApp Blast* dalam menjangkau dan menggerakkan alumni untuk berdonasi di lingkungan pesantren.
9. Jurnal karya Maisiyah dan Muktir Rahman (2022) membahas bagaimana penerapan pemasaran digital dan penghimpunan dana zakat

berbasis digital mampu meningkatkan minat masyarakat untuk berzakat melalui BAZNAS Sumenep. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi zakat melalui media sosial seperti *WhatsApp*, Facebook, Instagram, website, transfer bank, dan QR Code mampu membuat proses penghimpunan zakat menjadi lebih efisien, transparan, dan mudah diakses, meskipun manfaatnya belum sepenuhnya dirasakan karena kurangnya sosialisasi kepada masyarakat (Maisiyah & Rahman, 2022). Persamaannya dengan penelitian penulis terletak pada fokus penggunaan media digital dalam mendukung kegiatan *fundraising* ZISWAF, terutama pemanfaatan *WhatsApp* sebagai sarana komunikasi dan penghimpunan dana. Namun, perbedaannya adalah jurnal ini meneliti implementasi digital marketing dan *fundraising* secara umum di lembaga BAZNAS, sedangkan penelitian penulis lebih spesifik menyoroti efektivitas *WhatsApp Blast* sebagai strategi komunikasi digital dalam meningkatkan partisipasi alumni di lingkungan pesantren.

10. Jurnal karya Ahmad Afandi, Syahrul Amsari, Isra Hayati, dan Muhammad Arifin Lubis (2024) membahas bagaimana penerapan teknologi informasi melalui platform digital dapat meningkatkan efektivitas dan transparansi kegiatan *fundraising* di Lazismu Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode pengabdian masyarakat berbasis kualitatif deskriptif, dengan tahapan kegiatan berupa pengembangan platform *fundraising* digital pelatihan bagi pengurus dan relawan, serta evaluasi efektivitas melalui survei dan analisis hasil donasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah donasi, keterlibatan relawan, serta tingkat kepuasan donor berkat kemudahan akses dan transparansi laporan keuangan yang diberikan oleh sistem digital. Selain itu, kemampuan pengurus dalam mengelola kampanye digital juga meningkat setelah mengikuti pelatihan strategi pemasaran online. (Ahmad Afandi, Syahrul Amsari,

Isra Hayati, 2024). Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada fokus keduanya terhadap pemanfaatan teknologi digital untuk memperkuat kegiatan *fundraising* ZISWAF dan meningkatkan kepercayaan serta partisipasi donatur. Namun, perbedaannya terletak pada media dan konteksnya, jurnal ini mengkaji pengembangan platform digital berbasis website dalam lembaga filantropi berskala kota, sedangkan penelitian penulis berfokus pada strategi komunikasi menggunakan *WhatsApp Blast* di lingkungan alumni pesantren.

## H. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran memaparkan secara teoritis bagaimana keterkaitan antar variabel yang dijadikan objek penelitian (Firmansyah et al., 2021). Kerangka ini juga merupakan bagian dari tinjauan pustaka yang berisi rangkuman dari seluruh dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Pertama, LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon merupakan lembaga pengelola dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) yang memiliki peran penting dalam menghimpun serta menyalurkan dana umat. Dalam konteks era digital, lembaga ini dituntut untuk berinovasi dalam strategi penggalangan dana agar dapat menjangkau lebih banyak donatur, khususnya para alumni pesantren. Salah satu inovasi tersebut adalah melalui penggunaan *Blast ChatWhatsApp* sebagai media komunikasi digital dalam kegiatan *fundraising*.

Kedua, *Blast ChatWhatsApp* menjadi alat penting dalam manajemen *fundraising* digital. Melalui fitur ini, pesan tentang program ZISWAF, laporan kegiatan, serta ajakan donasi dapat disebarkan secara serentak kepada alumni dengan cepat dan efisien. Strategi ini memperkuat hubungan antara lembaga dan alumni, serta menciptakan komunikasi yang lebih personal. Berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, alumni sebagai penerima pesan memanfaatkan media digital untuk memenuhi kebutuhan informasi dan sosial, sementara teori *Diffusion of Innovation* (Rogers, 2003)

menjelaskan bahwa adopsi teknologi seperti *WhatsApp Blast* terjadi karena kemudahan dan efektivitasnya dalam menyampaikan pesan.

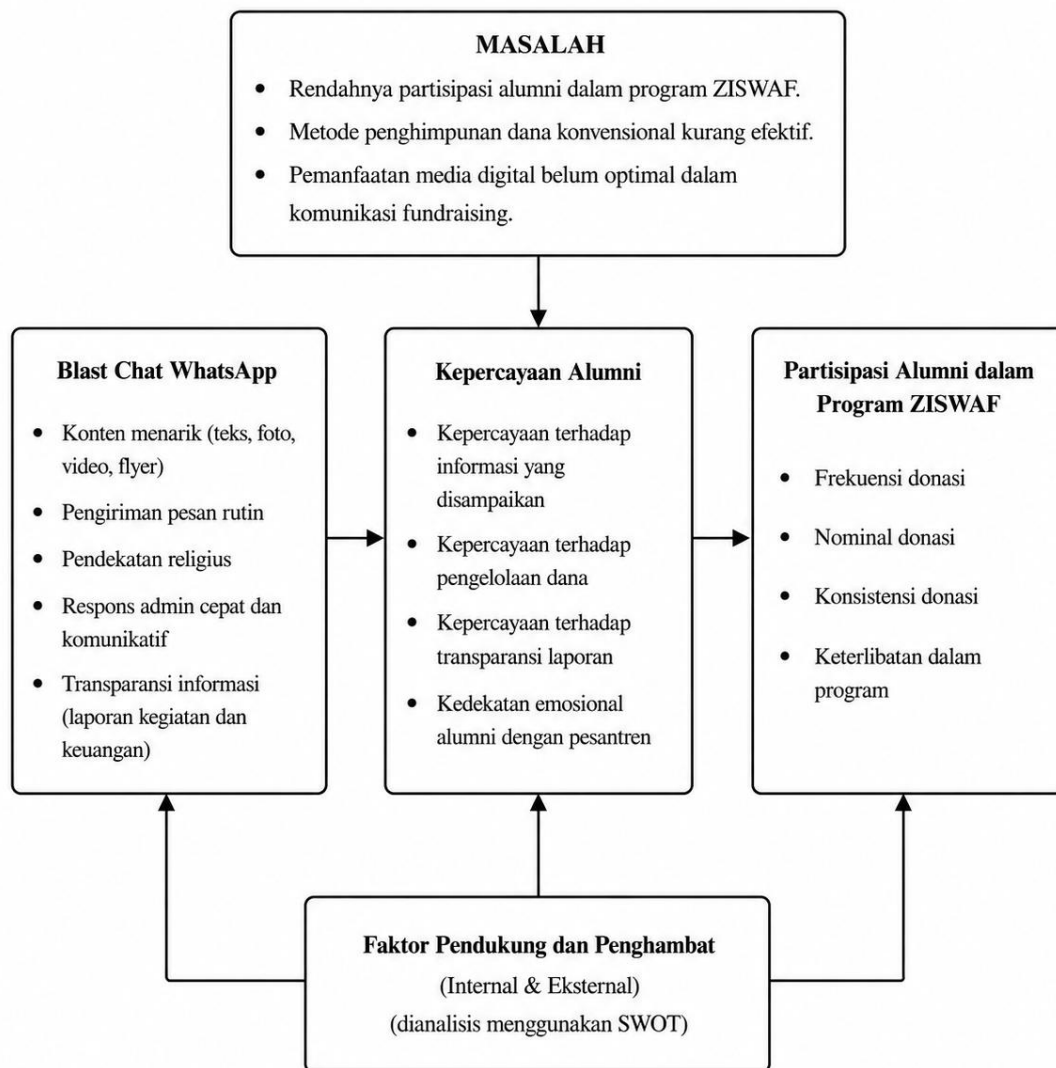
Ketiga, keberhasilan strategi *fundraising* digital melalui *WhatsApp Blast* sangat bergantung pada tingkat kepercayaan dan transparansi lembaga. Informasi yang akurat, laporan yang terbuka, serta komunikasi yang konsisten akan menumbuhkan kepercayaan alumni terhadap pengelolaan dana ZISWAF. Tingginya tingkat kepercayaan ini kemudian berdampak langsung pada meningkatnya partisipasi alumni dalam kegiatan sosial pesantren, baik dalam bentuk donasi, kolaborasi, maupun dukungan moral.

Keempat, partisipasi alumni menjadi indikator keberhasilan dari strategi komunikasi digital yang diterapkan. Semakin efektif komunikasi yang dilakukan melalui *WhatsApp Blast* dan semakin tinggi kepercayaan terhadap lembaga, maka semakin besar pula keterlibatan alumni dalam mendukung program-program ZISWAF. Hal ini menunjukkan keterkaitan antara media digital, kepercayaan, dan partisipasi sosial dalam membangun ekosistem filantropi pesantren yang berkelanjutan.

Dengan demikian, hubungan antar komponen dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:



UINSSC



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

## I. Metode Penelitian

### 1. Jenis Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui pengumpulan data yang bersifat naratif, bukan numerik. Metode ini dipilih untuk menggambarkan secara komprehensif bagaimana peran *Blast ChatWhatsApp* digunakan oleh

LAZISWA Qinthorul Barokah dalam kegiatan *fundraising* digital serta bagaimana dampaknya terhadap partisipasi alumni. Menurut Saryono, penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas, atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat di jelaskan, diukur atau di gambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Subagyo & Kristian, 2023).

a. Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan yang digunakan dari penelitian kualitatif pada penelitian penulis adalah studi kasus (*case study*), yaitu pendekatan yang meneliti secara mendalam terhadap satu lembaga atau situasi tertentu. Studi kasus ini difokuskan pada LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menelaah strategi komunikasi digital dan praktik *fundraising* yang dilakukan lembaga dalam konteks yang nyata. Menurut Prasetyo (2020), pendekatan studi kasus efektif digunakan untuk meneliti peristiwa kontemporer ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak jelas (*Case Study Research and Applications*) (Prasetyo & Lubis, 2020).

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan tujuan mendeskripsikan fenomena sosial tanpa melakukan manipulasi variabel. Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis, tetapi menggambarkan realitas empiris di lapangan berdasarkan data aktual. penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu dengan cara yang faktual dan akurat (Hidayati & Suwarsito, 2020).

## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

### a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di LAZISWA Qinthorul Barokah, yang berlokasi di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada peran aktif lembaga dalam mengelola program ZISWAF melalui strategi komunikasi digital dan keterlibatan alumni sebagai donatur tetap.

### b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2025 sampai bulan Mei 2026 di kantor Laizwa Qinthorul Barokah Jl Gondangn Manis No. 52 Desa Babakan, Kecamatan Ciwaringin, Kabupaten Cirebon

## 3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah pengurus dan pengelola LAZISWA Qinthorul Barokah, serta alumni pesantren yang berpartisipasi dalam program ZISWAF melalui media *Blast Chat WhatsApp*. Sedangkan objek penelitian adalah peran dan efektivitas *Blast Chat WhatsApp* sebagai media *fundraising* digital dalam meningkatkan partisipasi alumni.

## 4. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber utamanya melalui interaksi langsung, misalnya wawancara, observasi, atau diskusi dengan narasumber yang terkait langsung dengan penelitian. Dalam konteks penelitian *fundraising* digital pada pesantren, data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengurus LAZISWA dan alumni pesantren yang aktif berpartisipasi dalam program ZISWAF. Data ini sangat penting untuk memahami pengalaman, persepsi, dan

praktik aktual di lapangan dalam mengelola komunikasi dan penggalangan dana digital (Sugiyono, 2018).

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan sebelumnya dan digunakan untuk mendukung analisis penelitian. Data ini meliputi dokumen lembaga, laporan resmi kegiatan *fundraising*, arsip komunikasi *WhatsApp* sebagai dokumentasi interaksi digital, serta literatur ilmiah tentang *fundraising* digital dan penggunaan media sosial. Data sekunder membantu memperkuat interpretasi hasil wawancara dan observasi, sekaligus memberikan konteks teoretis yang lebih luas dalam analisis data (Hindayati & Suwarsito, 2020).

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Pengamatan atau observasi merupakan kegiatan meninjau suatu objek dengan penuh perhatian dan sistematis. Dalam konteks penelitian, observasi diartikan sebagai metode untuk mencatat secara terstruktur berbagai perilaku, aktivitas, atau fenomena yang diamati secara langsung dari individu maupun kelompok yang menjadi subjek penelitian. Menurut Margono, observasi merupakan proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau peristiwa yang tampak pada objek penelitian. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu observasi langsung dan observasi tidak langsung. Observasi langsung dilakukan ketika peneliti hadir secara fisik di lokasi penelitian untuk melihat peristiwa pada saat terjadi, sedangkan observasi tidak langsung dilakukan melalui bantuan media atau alat, seperti rekaman video, foto, atau dokumentasi digital lainnya, yang membantu peneliti memahami situasi penelitian tanpa harus berada di tempat kejadian secara langsung (Rahmadi, 2011). Dengan ini penulis mendatangi secara langsung ke LAZISWA Qinthorul

Barokah. Guna untuk mencari data yang kongkrit dan akurat sesuai dengan judul dan rumusan masalah yang di ambil.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada narasumber atau responden. Melalui teknik ini, peneliti berinteraksi langsung dengan informan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Wawancara juga dapat dipahami sebagai proses tanya jawab secara tatap muka antara peneliti dan subjek penelitian dengan tujuan menggali data, pendapat, serta pandangan yang lebih mendalam mengenai topik yang diteliti (Rahmadi, 2011).

Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti serta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap topik penelitian. Teknik ini juga tepat digunakan apabila jumlah responden relatif sedikit, sehingga peneliti dapat menggali informasi secara detail dan personal. Dalam konteks penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon, guna memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai pelaksanaan program dan strategi *fundraising* digital yang diterapkan lembaga tersebut.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi, atau sering disebut juga teknik dokumenter, adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui penelaahan berbagai dokumen yang berisi informasi yang telah didokumentasikan sebelumnya, baik dalam bentuk tulisan maupun rekaman. Dokumen tertulis dapat mencakup arsip, catatan harian, surat pribadi, autobiografi, laporan kegiatan, maupun

kumpulan berita dan kliping. Sementara itu, dokumen terekam meliputi berbagai bentuk media seperti foto, video, rekaman suara, atau film yang dapat memberikan data pendukung bagi penelitian. Melalui teknik ini, peneliti dapat memperoleh informasi faktual yang bersumber dari data historis maupun bukti otentik yang relevan dengan objek penelitian. Menurut Moleong, dokumen resmi terdiri dari atas dokumen internal dan eksternal. Dokumen internal berupa memo, pengumuman, instruksi dan aturan dari lembaga sosial tertentu yang digunakan untuk kalangan sendiri. Dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi dari suatu lembaga sosial berupa majalah, buletin dan berita yang disiarkan di media massa (Rahmadi, 2011). Dalam penelitian ini dokumentasi yang penulis angkat yaitu dokumentasi wawancara dalam bentuk tulisan, rekaman maupun lisan, penelusuran kepustakaan, dan penulisan informasi.

#### 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yaitu suatu metode analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi suatu kegiatan, program, atau organisasi (Nurjannah, 2020). Analisis SWOT dipilih karena mampu mengakomodasi data kualitatif yang bersumber dari persepsi, pengalaman, dan penilaian subjek penelitian, sehingga relevan dengan pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis SWOT digunakan untuk mengkaji Peran *Blast Chat WhatsApp* sebagai media *fundraising* digital terhadap partisipasi alumni program ZISWAF di LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon. Dalam kerangka ini, faktor internal dianalisis untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) lembaga dalam memanfaatkan *Blast Chat*

*WhatsApp*, sedangkan faktor eksternal dianalisis untuk mengetahui peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang memengaruhi efektivitas strategi *fundraising* digital tersebut.

Dalam penerapannya, analisis SWOT dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan pengurus LAZISWA, relawan, dan alumni, observasi terhadap praktik pengiriman pesan *Blast Chat WhatsApp*, serta dokumentasi berupa arsip pesan, laporan kegiatan, dan data pendukung lainnya. Kedua, data yang diperoleh direduksi dan diklasifikasikan berdasarkan tema-tema yang relevan dengan strategi komunikasi digital, partisipasi alumni, serta dinamika pengelolaan *fundraising* ZISWAF.

Selanjutnya, data yang telah diklasifikasikan dianalisis dengan memetakan temuan penelitian ke dalam empat komponen SWOT. *Strengths* mencerminkan keunggulan internal LAZISWA dalam memanfaatkan *WhatsApp Blast*, *Weaknesses* menunjukkan keterbatasan atau kendala internal yang dihadapi, *Opportunities* menggambarkan peluang eksternal yang mendukung pengembangan *fundraising* digital, dan *Threats* mengacu pada faktor eksternal yang berpotensi menghambat keberhasilan strategi tersebut. Analisis dilakukan secara deskriptif dan interpretatif tanpa pembobotan numerik, dengan menekankan pemaknaan konteks sosial dan kelembagaan.

Melalui analisis SWOT ini, penelitian tidak hanya mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pemanfaatan *Blast Chat WhatsApp*, tetapi juga memberikan gambaran strategis mengenai kondisi internal dan eksternal LAZISWA Qinthorul Barokah dalam meningkatkan partisipasi alumni. Dengan demikian, analisis SWOT menjadi alat analisis yang sistematis dan kontekstual dalam memahami efektivitas media *fundraising* digital di lingkungan pesantren.

## 7. Validitas Data

Validitas data merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dalam

penelitian kualitatif, validitas lebih menekankan pada aspek kredibilitas (credibility), yaitu sejauh mana temuan penelitian dapat dipercaya dan mencerminkan realitas yang sebenarnya. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang mengandalkan uji statistik, penelitian kualitatif memeriksa validitas data melalui berbagai teknik seperti perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pemeriksaan sejawat, analisis kasus negatif, dan pengecekan anggota (member check) (Sugiyono, 2018).

validitas dalam penelitian kualitatif adalah upaya peneliti untuk memastikan akurasi temuan dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu. Tanpa validitas yang memadai, hasil penelitian kualitatif diragukan kebenarannya dan sulit dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Oleh karena itu, setiap peneliti kualitatif wajib mencantumkan teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitiannya. Salah satu teknik yang paling umum digunakan untuk menguji validitas data dalam penelitian kualitatif adalah triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang telah diperoleh (Fiantika et al., 2022).

Terdapat empat jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, triangulasi waktu, dan triangulasi teori. Triangulasi sumber adalah teknik yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yang berbeda (Nurfajriani et al., 2024). Dalam penelitian ini, peneliti membandingkan informasi dari tiga kelompok informan utama: pengurus LAZISWA Qinthorul Barokah, pengurus Pondok Pesantren Assalafie, dan alumni pesantren. Selain itu, data wawancara juga dibandingkan dengan data observasi lapangan serta dokumentasi (arsip pesan *WhatsApp*, laporan keuangan, dan foto kegiatan). Jika dari berbagai sumber tersebut diperoleh data yang konsisten, maka data tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika

ditemukan perbedaan, peneliti melakukan diskusi lebih lanjut dengan informan atau mencari sumber tambahan untuk mengklarifikasi.

Prosedur triangulasi sumber dalam penelitian ini mengacu pada langkah-langkah yang dijelaskan oleh Sugiyono (2018), yaitu: (1) mengumpulkan data dari sumber pertama; (2) membandingkan data tersebut dengan data dari sumber kedua; (3) jika hasilnya berbeda, dilanjutkan ke sumber ketiga; (4) melakukan analisis terhadap persamaan dan perbedaan; serta (5) menarik kesimpulan yang didukung oleh bukti dari minimal dua sumber yang konsisten (Sugiyono, 2018).

## J. Sitematika Penulisan

Dalam penelitian penulis berjudul “Peran *Blast Chat WhatsApp* sebagai Media *Fundraising* Digital pada Partisipasi Alumni Program ZISWAF (Studi Kasus di LAZISWA Qinthorul Barokah Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon)”. Pembahasannya di kelompokkan menjadi 5 Bab dengan sistematika penyusunan sebagai Berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian tentang peran *Blast Chat WhatsApp* dalam kegiatan *fundraising* digital di LAZISWA Qinthorul Barokah. Uraian mencakup latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian baik secara teoritis (pengembangan ilmu komunikasi dan ekonomi syariah) maupun praktis (optimalisasi strategi digital *fundraising* bagi lembaga zakat).

### BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini berisi teori dan konsep yang menjadi dasar penelitian, seperti teori Partisipasi TPB, teori komunikasi digital (UGT, CMC, DoI), konsep *WhatsApp* dan *Blast Chat*, serta teori *fundraising* digital dan ZISWAF. Selain itu, terdapat kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan diakhiri dengan kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antara peran *WhatsApp Blast*,

kepercayaan dan transparansi lembaga, serta partisipasi alumni dalam program ZISWAF

### BAB III GAMBARAN UMUM & LOKASI PENELITIAN

Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, yaitu LAZISWA Qinthorul Barokah di Pondok Pesantren Assalafie Babakan Ciwaringin Cirebon, yang meliputi sejarah berdirinya lembaga, profil kelembagaan, visi dan misi, serta program dan layanan ZISWAF yang dijalankan. Uraian ini disajikan untuk memberikan konteks institusional yang utuh sebagai dasar dalam memahami peran *Blast Chat WhatsApp* sebagai media *fundraising digital* serta kaitannya dengan peningkatan partisipasi alumni dalam mendukung program sosial dan keagamaan pesantren..

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bagian inti dari skripsi yang memaparkan hasil penelitian berdasarkan data yang telah diperoleh di lapangan. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis dan pembahasan secara mendalam terhadap temuan tersebut dengan mengaitkan hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi lainnya. Proses ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan pada Bab I secara sistematis dan komprehensif.

### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi bagian penutup yang mencakup kesimpulan dan saran. Kesimpulan disusun sebagai jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, sedangkan saran disajikan sebagai bentuk rekomendasi dari penulis berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya.