

## ABSTRAK

**Nama** : Dian Agung Perkasa  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Difusi Inovasi Wakaf Digital oleh Badan Wakaf Indonesia

### **Difusi Inovasi Wakaf Digital oleh Badan Wakaf Indonesia**

Wakaf diartikan sebagai barang atau aset yang telah dipisahkan kepemilikannya dari individu maupun suatu institusi dan kemudian diserahkan untuk kepentingan umum. Pengembangan terhadap wakaf di Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk bergama Islam mulai bergeser kearah digital, hal ini dilatarbelakangi oleh rendahnya literasi, kreativitas dan data yang terintegrasi. Rumusan masalah yang menjadi dasar dari penelitian ini adalah bagaimana difusi inovasi wakaf digital oleh Badan Wakaf Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif serta menggunakan dua macam sumber pengambilan data, sumber data primer, yaitu wawancara dan data sekunder yang berupa pengumpulan dokumen. Hasil dari penelitian ini ditemukan jika Badan Wakaf Indonesia melakukan pengembangan wakaf secara digital dengan meluncurkan suatu aplikasi Waqf Super Apps. Badan Wakaf Indonesia melihat terdapat potensi yang sangat besar untuk mengajak kaum milenial atau Gen Z untuk berpartisipasi dalam berwakaf. Tiga jenis saluran komunikasi yang digunakan oleh Badan Wakaf Indonesia adalah saluran komunikasi antarpribadi, saluran komunikasi kelompok dan media online. Kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti melihat proses pengembangan wakaf yang dikembang oleh Badan Wakaf Indonesia ini mengikuti empat elemet dalam difusi inovasi, Inovasi, Saluran Komunikasi, Jangka Waktu dan Sistem Sosial.

**Kata kunci** : Pengembangan Wakaf Digital, Saluran Komunikasi, Difusi Inovasi.

## ABSTRACT

**Name** : Dian Agung Perkasa  
**Study Program** : Communication Science  
**Title** : Diffusion of Innovation Digital Waqf by Badan Wakaf Indonesia

### **Diffusion of Innovation Digital Waqf by Badan Wakaf Indonesia**

Waqf is defined as goods or assets that have been separated from individuals or institutions and then handed over for the public benefit. The development of waqf in Indonesia as a country with a majority Muslim population began to shift towards digital, this is motivated by low literacy, creativity and integrated data. The formulation of the problem that is the basis of this research is how the diffusion of digital waqf innovation by the Indonesian Waqf Agency. This study uses descriptive qualitative methods and uses two kinds of data retrieval sources, primary data sources, namely interviews and secondary data in the form of document collection. The results of this study were found if the Indonesian Waqf Agency conducted digital waqf development by launching a Waqf Super Apps application. Badan Wakaf Indonesia sees a huge potential to invite millennials or Z Generation to participate in Waqf. The three types of communication channels used by Badan Wakaf Indonesia, interpersonal communication channels, group communication channels and online media. The conclusion of this study, the researchers looked at the process of waqf development developed by the Indonesian Waqf Agency following four elements in the diffusion of innovation, Innovation, Communication Channels, Timeframes and Social Systems

**Keywords** : *Digital Waqf Development, Communication Channel, Diffusion of Innovation.*