

## Strategi Dakwah Daarut Tauhid Peduli Medan dalam Menggalang Dana ke Masyarakat

**Hardayati Rambe, Sri Nurhafmi Widia Hermawan Putri**  
Magister Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sumatera Utara, Medan  
Email: hardayatirambe@gmail.com; srinurhafmiwhp@gmail.com

Diterima:  
2 November 2023

Diterima Setelah Revisi:  
9 November 2023

Dipublikasikan:  
22 November 2023

### Abstrak

Lembaga sosial harus menggunakan strategi yang dikembangkan dengan baik untuk mencapai hasil yang optimal, karena upaya penggalangan dana membutuhkan pertimbangan yang cermat dan upaya yang tekun untuk tahap-tahap selanjutnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi taktik yang diterapkan oleh Daarut Tauhid Peduli Medan dalam upaya penggalangan dana mereka, serta tantangan yang dihadapi oleh organisasi dalam strategi dakwah mereka selama kegiatan penggalangan dana tersebut. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, dengan menggunakan alat analisis model interaktif dan menggunakan teori Bryson sebagai kerangka kerja. Temuan penelitian menunjukkan bahwa semua teknik yang diterapkan oleh Daarut Tauhid Peduli Medan untuk menggalang dana menghasilkan peningkatan jumlah donatur yang signifikan.

**Kata Kunci:** Strategi Dakwah, Daarut Tauhid Peduli Medan, Menggalang Dana

### Abstract

*Social institutions must employ a well-developed strategy to attain optimal outcomes, as fundraising endeavors necessitate careful consideration and diligent effort for subsequent stages. The aim of this research is to identify the tactics implemented by Daarut Tauhid Peduli Medan in their fundraising efforts, as well as the challenges faced by the organization in their da'wah strategy during these fundraising activities. This research employs qualitative research methodology, utilizing interactive model analysis tools and drawing upon Bryson's theory as a framework. The study's findings indicate that all the techniques implemented by Daarut Tauhid Peduli Medan to raise cash resulted in a significant increase in the number of donors.*

**Keywords:** Da'wah Strategy, Daarut Tauhid Peduli Medan, Fundraising

## 1 PENDAHULUAN

Semua Muslim harus berdakwah. Setiap Muslim harus berdakwah sesuai dengan kemampuannya. Dakwah bisa disampaikan dengan berbagai cara, namun kebanyakan orang mengenalnya melalui bil-lisan. Dakwah dapat dilakukan dengan

perbuatan dan tulisan. Dakwah dengan bil-hal (perbuatan) menekankan pada pengabdian masyarakat dan kegiatan lainnya. Menerbitkan artikel, majalah, koran, dan sebagainya yang berkaitan dengan Islam merupakan dakwah bil-qolam (tulisan).

Tujuan dasar dari dakwah adalah untuk meningkatkan kesadaran bahwa Allah SWT

memerintahkan umat Islam untuk saling membantu. Hukum Islam mendefinisikan bantuan sebagai zakat, infak, shodaqoh, dan hibah. Peneliti akan fokus pada dakwah sedekah dalam penelitian ini.

Salah satu strategi dakwah yang menggunakan bil-hal adalah sedekah. Sedekah (shadaqoh) adalah memberikan harta kepada fakir miskin, orang yang membutuhkan, atau orang lain tanpa mengharapkan imbalan atau keuntungan. Dalam dakwah, sedekah merupakan salah satu ibadah umat.

Beramal dapat berarti menyumbangkan uang kepada yang membutuhkan atau orang lain tanpa mengharapkan imbalan. Bencana di Indonesia seperti banjir dan tanah longsor, pengungsi, kelaparan, anak jalanan, perselisihan daerah, dan masalah sosial lainnya telah menghasilkan kekuatan masyarakat yang terintegrasi untuk menangani kesulitan-kesulitan ini (Alamin, 2020). Kohesi sosial dan penggalangan dana mencapai hal tersebut (Hakim, 2017). Institusi sosial berkembang untuk mengakomodasi perilaku komunal (Masdul & Halik, 2023).

Lembaga sosial beroperasi secara berbeda. Mulai dari penggalangan dana hingga mengunjungi lokasi bencana dan melakukan pekerjaan sosial (Hotmadia, 2021). Mayoritas Muslim di Indonesia menyisihkan sebagian dari kelebihan pendapatan mereka untuk mengikuti petunjuk Allah Subhana wa ta'ala, bahkan di luar bencana. Cita-cita Islam, rahmatan lil 'alamin, mengatur semua elemen kehidupan manusia, dari hal kecil hingga besar, dari individu hingga masyarakat, bangsa, dan negara (Ramdhani et al., 2021).

Ungkapan bahasa Arab "Da'a, Yad'u, Da'watan"-mengundang, menyeru, dan memanggil-secara tidak langsung merujuk pada upaya penggalangan dana (Zahra, 2021). Teknik dakwah bil hal mencakup upaya penggalangan dana ini dan semua inisiatif dakwah yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat untuk menyelesaikan masalah masyarakat (Mutmainah, 2016).

Pada tanggal 16 Juni 1999, KH Abdullah Gymnastiar mendirikan Daarut

Tauhid Peduli, sebuah lembaga nirlaba yang mengelola dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Pada Desember 2017, Dompot Peduli Ummat (DPU) Daarut Tauhid berubah menjadi Daarut Tauhid Peduli. Perubahan nama ini diputuskan untuk menjadi organisasi kemanusiaan global yang dikenal oleh masyarakat Indonesia dan dunia (Dewi, 2020).

Penerima manfaat mendapatkan layanan dan inisiatif pemberdayaan di bidang bisnis, kesehatan, pendidikan, dakwah, dan sosial kemanusiaan dari dana ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf) (Yana, 2022). Daarut Tauhid Peduli mengedepankan kekuatan ekonomi komunal untuk mencapai kemerdekaan secara bersama-sama. Daarut Tauhid memiliki cabang di berbagai lokasi, termasuk di Kota Medan, di mana Indra Firdaus mengepalai Kantor Perwakilan Sumatera Utara. Pada tanggal 13 Februari 2018, Daarut Tauhid Peduli Medan didirikan.

Baitul Quran merupakan kegiatan Daarut Tauhid Peduli Medan yang diselenggarakan di Aula Masjid Nur Al Abyadh, Komplek Perumahan Gedung Putih. Baitul Quran yang diresmikan pertengahan tahun 2018 ini jarang sekali sepi. Baitul Quran ini mengajarkan anak-anak muda tahsin, Tahfiz, Bahasa Arab, Sirah Rasulullah, dan olahraga outdoor. Pada hari Jumat, 14 Februari 2020, Kantor Daarut Tauhid Peduli Medan menyelenggarakan Program Warung Sedekah. Program Warung Sedekah membantu para tukang becak di Medan.

Taujih tentang tauhid dan shalat Jumat di masjid diikuti dengan makan siang nasi kotak. Warung sedekah ini meminta berkah Jumat dan menunjukkan bahwa Daarut Tauhid Peduli Medan membantu mereka yang membutuhkan. Ketiga, Janda Dhuafa Menerima Zakat, Daarut Tauhid Peduli Medan menyalurkan zakat di Helvetia pada tanggal 10 Juni 2019. Para mustahik yang terdiri dari janda dhuafa dan kaum dhuafa menerima 31 paket beras 5 kg. Di Kecamatan Medan Helvetia, sebanyak 31 mustahik menerima zakat fitrah.

Lembaga sosial harus memiliki rencana yang matang sebelum melakukan

penggalangan dana karena penggalangan dana membutuhkan pemikiran dan kerja keras untuk langkah selanjutnya (Thaheransyah et al., 2021). Penggalangan dana juga dapat mengedukasi dan membujuk masyarakat untuk menyumbangkan harta benda mereka (Surtiani, 2021).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ramdhani et al., 2021) strategi dakwah Gerakan Pakar Sedekah melibatkan tahapan strategis seperti visi, misi, tujuan, analisis lingkungan, dan perencanaan program kegiatan. Taktik implementasi meliputi penggalangan dana, distribusi, dan kegiatan edukasi, serta metodologi evaluasi program dan evaluasi praprogram. Penelitian ini mengikuti metode dakwah penggalangan dana komunitas Daarut Tauhid Peduli Medan. Penelitian ini berfokus pada teknik penggalangan dana Daarut Tauhid Peduli Medan dan tantangannya.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Teori Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis adalah pengambilan keputusan sistematis yang membentuk identitas, misi, dan tujuan organisasi. Agar tetap berada di jalur yang benar, sebuah organisasi harus kembali ke prinsip-prinsip pendiriannya dalam segala hal yang dilakukannya.

Menurut penelitian (Alawiyah, 2020), delapan langkah yang membentuk perencanaan strategis: (1) Memulai dan menyepakati perencanaan strategis (2) Menentukan mandat organisasi (3) Memperjelas misi dan menilai organisasi (4) Menilai peluang dan ancaman eksternal (5) Mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal (6) Mengidentifikasi isu-isu strategis (7) Menyusun strategi untuk menyelesaikan tantangan (8) Mengembangkan visi masa depan organisasi yang sukses.

### 2.2 Dakwah

Kata "Dakwah" berarti panggilan, permohonan, undangan. Kata dalam bahasa Arab adalah *mashdar*. *Fi'il* berarti memanggil, menyeru, mengundang (*Da'a*, *Yad'u*,

*Da'watan*). Pendakwah disebut *Da'i* dan yang didakwahi disebut *Mad'u* (Fajrussalam et al., 2023). Dalam bukunya, Syaikh Ali Makhfudz mendefinisikan dakwah sebagai: Dakwah Islam mendorong individu untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, mencegah kemungkaran dan membawa kebahagiaan di dunia dan akhirat. Setiap kegiatan dakwah mengandung unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *Da'i* (Pelaku Dakwah), *Mad'u* (Penerima Dakwah), *Maddah* (Materi Dakwah), *Wasilah* (Media), *Thariqah* (Metode), dan *Atsar* (Efek) (Imam, 2022) Dakwah memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Menurut (Alkautsar, 2018) mencantumkan tiga jenis dakwah: (1) Dakwah *Bi Al-Lisan*, komunikasi lisan atau ceramah langsung antara *da'i* dan *mad'u* atau objek dakwah. (2) Dakwah *Bi Al-Kitabah Tertulis* (Ihza et al., 2023) adalah dakwah yang vital dan efektif yang disampaikan melalui buku, internet, dan tidak menuntut waktu tertentu. (3) Dakwah *Bi Al-Hal* adalah tindakan yang otentik dan patut dicontoh. Jadi siapapun bisa melakukannya tanpa keahlian dakwah.

### 2.3 Menggalang Dana

Menurut April Purwanto dalam (Mauludin, 2019) menggambarkan penggalangan dana sebagai proses membujuk individu, komunitas, atau lembaga untuk menyumbang ke sebuah organisasi. Mempengaruhi masyarakat memiliki banyak implikasi. Pertama, mempengaruhi melibatkan publikasi OPZ. Kedua, mempengaruhi berarti mengingatkan dan menginformasikan. Ketiga, mempengaruhi komunitas, lembaga, dan masyarakat untuk mendonasikan ZIS dan dana lainnya kepada lembaga nirlaba.

Keempat, mempengaruhi donatur dan muzakki untuk bertransaksi. Kelima, mempengaruhi yaitu mengiming-imingi, memberikan gambaran tentang prosedur kerja, program, dan kegiatan untuk menyentuh hati nurani seseorang. Keenam, mempengaruhi yang berarti memaksa jika berwenang. Tujuan Fundraising (Saputra, 2022): Tujuan utama penggalangan dana

adalah untuk mengumpulkan uang. Baik keuangan maupun daya operasi dirancang untuk manajemen lembaga. Dana berisi produk dan layanan yang berharga. (a) Tujuan penggalangan dana kedua adalah meningkatkan donatur. Lembaga penggalangan dana harus terus menambah donatur. Ada dua strategi untuk meningkatkan donasi: meningkatkan pemberian perorangan dan meningkatkan donatur baru. (c) Penggalangan dana mempengaruhi citra lembaga.

Kotler dan Keller dalam (Alkautsar, 2018) menyatakan bahwa pembeli bereaksi secara berbeda terhadap citra perusahaan. Publik memandang perusahaan atau produk dari citranya. Citra yang baik dapat mendorong donasi kepada lembaga. Pengalaman konsumen yang buruk berkontribusi pada citra negatif. Konsumen mungkin tidak menyukai layanan, yang merusak citra perusahaan. Selanjutnya, memobilisasi simpatisan atau pendukung. Kelompok pendukung membantu lembaga menyampaikan informasi kepada mereka yang membutuhkan. Kelompok pendukung dapat menyediakan jaringan informasi yang ramah penggalangan dana bagi lembaga. (c) Selanjutnya, memuaskan para donatur. Ini adalah tujuan tertinggi dan paling berharga, meskipun kegiatan secara formal dilakukan setiap hari. Kepuasan donatur mempengaruhi nilai donasi lembaga.

### 3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Nana Syaodih Sukmadinata (Rosydiani, 2015) mendefinisikan penelitian deskriptif kualitatif sebagai penelitian yang mendeskripsikan kejadian-kejadian yang bersifat alamiah maupun buatan manusia, dengan memusatkan perhatian pada sifat-sifat, kualitas, dan keterkaitannya. Penelitian ini menyoal Daarut Tauhid Peduli Medan. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Purposive sampling digunakan untuk memilih informan untuk observasi oleh Kepala Bagian Penggalangan Dana Daarut Tauhid Peduli Sumatera Utara. Analisis data

interaktif digunakan dalam penelitian ini. Sugiyono (Alkautsar, 2018) menyatakan bahwa analisis data kualitatif bersifat partisipatoris dan berkelanjutan. Dengan menghubungkan teori dengan bukti, peneliti menjelaskan dan merangkumnya.

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Langkah-Langkah Penyusunan Strategi Daarut Tauhid Peduli Medan Dalam Menggalang Dana

Sebelum memilih metode penggalangan dana, Daarut Tauhid Peduli Medan mengumpulkan relawan, menyiapkan kotak amal, spanduk, dan produk lainnya, menyiarkan ke media, dan bekerja sama dengan berbagai komunitas. Wawancara dengan Ibu Esty Iswahyuni, Kepala Bagian Penggalangan Dana Daarut Tauhid Peduli Medan, tentang persiapan dan perencanaan strategi menghasilkan hasil sebagai berikut.

*“Kalau penggalangan dana biasanya mengumpulkan beberapa relawan dulu, dan mempersiapkan ‘alat tempur’ berupa kotak amal, spanduk lalu di up ke media atau sosial media, ada juga kerja sama dengan beberapa komunitas kalau komunitas di kampus itu seperti IMM.”* (Informan 1 Esty Iswahyuni 26 Juni 2023)

### 4.2 Relawan Daarut Tauhid Peduli Medan

Daarut Tauhid Peduli Medan memiliki relawan reguler dan DIKLATSAR (Pendidikan Latihan Dasar). Relawan DIKLATSAR harus menjalani pelatihan dan pembelajaran yang unik. Relawan DIKLATSAR disebut Santri Tangguh dan berjumlah 34 orang. Relawan biasa, tidak seperti relawan DIKLATSAR, tidak bersifat permanen dan jarang melakukan penggalangan dana. Generasi Tangguh terdiri dari 149 relawan biasa. Barang-barang penggalangan dana termasuk kotak amal dan spanduk.

#### 4.3 Komunitas yang Bekerja Sama dengan Daarut Tauhid Peduli Medan

Komunitas yang bekerja sama dengan Daarut Tauhid Peduli Medan ada di dua bidang: (1) IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) adalah salah satu organisasi otonom Muhammadiyah yang menggerakkan dan mengembangkan mahasiswa Islam untuk meningkatkan peran dan tanggung jawab mereka sebagai kader. (2) Setiap perguruan tinggi Islam memiliki Lembaga Dakwah Kampus (LDK). (3) Komunitas gerakan hijrah anak muda Muslim di Kota Medan, Sahabat Hijrahkuu, yang bekerja untuk meningkatkan kesadaran beragama umat Islam, terutama di kalangan anak muda Muslim. Perbedaan antara Kawan Akhirat Medan dan Sahabat Hijrahkuu, komunitas dakwah Medan lainnya, hanyalah pada kepemimpinan, anggota, dan penyajian program. (5) Sahabat Jum'at Berkah adalah komunitas donasi dan sedekah. (Murti, 2017).

#### 4.4 Perencanaan Strategi Dakwah Daarut Tauhid Peduli Medan dalam membangun kesadaran masyarakat untuk bersedekah

Karena teknologi semakin maju dan media menjadi hal yang umum di masyarakat, Daarut Tauhid Peduli Medan menggunakan lebih banyak media untuk mempromosikan amal dan mendorong orang untuk bersedekah.

*Membuat konten lalu di up ke media bahwasanya banyak orang yang membutuhkan bantuan kita. Kita hidup enak bisa makan dan melakukan kegiatan sehari-hari dengan nyaman, sedangkan orang diluar sana butuh gitu mencari nafkah dan Allah juga bilang sebagian harta kita adalah hak orang lain, hak saudara kita,* (Informan 1 Esty Iswahyuni 26 Juni 2023)

Karena Islam itu damai, Daarut Tauhid Peduli Medan tidak mendorong orang untuk melakukan sedekah sebagai lembaga dakwah.

*“Kita adalah lembaga dakwah jadi kita secara perlahan seperti Rasulullah mengajak saudara-saudaranya atau mengenalkan Islam dan berdakwah itu*

*dengan kasih sayang dan kelembutan. Seperti itu lah yang DT Peduli lakukan,* (Informan 1 Esty Iswahyuni 26 Juni 2023)

#### 4.5 Metode Daarut Tauhid Peduli Medan dalam Menggalang Dana

Selain acara, permintaan individu, konser kemanusiaan, roadshow, dan kerja sama dengan perusahaan, Daarut Tauhid Peduli Medan juga bekerja sama dengan berbagai perusahaan BUMN dan BUMS, seperti pegadaian dan bank. KenclengKu, celengan gratis yang diberikan kepada para donatur untuk melatih sedekah harian, adalah proyek lain dari Daarut Tauhid Peduli dan berbagai seniman.

Teknik tidak langsung meliputi media massa dan internet, seperti (1) situs web Daarut Tauhid Peduli Medan, yang menyediakan profil, program, informasi, dan berita. Orang-orang dapat dengan mudah mencari tahu tentang Daarut Tauhid Peduli dan berdonasi secara online di [dtpeduli.org](http://dtpeduli.org). (2) Bekerja sama dengan platform penggalangan dana seperti [kitabisa.com](http://kitabisa.com) untuk menampilkan dan mempublikasikan kegiatan bantuan kemanusiaan. (3) Broadcast melalui WhatsApp, ajakan berdonasi, foto-foto dan film singkat tentang Daarut Tauhid Peduli (Listyaningrum, 2016).

#### 4.6 Media yang Digunakan Dalam Menggalang Dana

Media yang disajikan Daarut Tauhid Peduli Medan. Media yang digunakan oleh Daarut Tauhid Peduli Medan: (1) Brosur Memiliki beberapa program sedekah dan Quran/hadis Daarut Tauhid Peduli. (2) Pamflet. Majalah Daarut Tauhid Peduli yang berisi dokumentasi program, laporan keuangan bulanan pusat, kesehatan, pengetahuan umum, visi dan misi keluarga, dan konsultasi syariah. Instagram, Twitter, Youtube, Facebook, WhatsApp. Media seperti MQTV dan MQFM.

Tabel 1. Jumlah donatur dari tahun 2018 hingga bulan Juni 2020

Tahun	Jumlah Donatur
2018	796 orang
2019	1907 orang
Hingga Juni 2020	1135 orang

Sumber: Dokumentasi Daarut Tauhid Peduli Medan

Berdasarkan tabel di atas, tahun 2019 terjadi peningkatan donasi sebesar 1907 orang dibandingkan dengan tahun 2018.

## 5 SIMPULAN

Dalam penelitian Strategi Dakwah Daarut Tauhid Peduli Medan dalam Menggalang Dana ke Masyarakat ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penggalangan dana memerlukan strategi terlebih dahulu. Dengan merekrut relawan DIKLATSAR (Pendidikan Latihan Dasar), mengembangkan peralatan fundraising, dan melakukan pendekatan dengan masyarakat Medan. Dengan teknik-teknik yang diadopsi, Daarut Tauhid Peduli Medan meningkatkan donatur dari 796 di tahun 2018 menjadi 1907 di tahun 2019.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, T. (2020). Strategi Dakwah Kelompok Milineal Di Kota Kediri (Studi Kasus Kelompok Kajian Saff). *Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam*, 18(1), 38-49.
- Alawiyah, N. A. (2020). *Implementasi Metode Dakwah Bil-Hal dalam Meningkatkan Perilaku Keberagamaan Organisasi Fatayat Desa Pasuruhan Kidul Jati Kudus* (Skripsi, IAIN KUDUS).
- AlKautsar, P. A. (2018). *Strategi dakwah komunitas sedekah ngider dalam membangun kesadaran bersedekah di Jakarta* (Skripsi, Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah).
- Dewi, T. (2020). *Strategi Dakwah Komunitas Life For Ummah (LFU) Pekanbaru dalam Membangun Kesadaran Bersedekah di Pekanbaru* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Fajrussalam, H., Nursyahbani, A., Khoirunnisa, A., Nurbaiti, N., & Ningrum, N. C. (2023). Konten Dakwah Habib Ja'far Al-Haddar di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1647–1659. <https://doi.org/10.31004/JPTAM.V7I1.6039>
- Hakim, R. (2017). Dakwah Bil Hal: Implementasi Nilai Amanah dalam Organisasi Pengelola Zakat untuk Mengurangi Kesenjangan dan Kemiskinan. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 42–63. <https://doi.org/10.35897/IQTISHODIA.V2I2.100>
- Hotmadia, L. (2021). *Upaya DT Peduli Dalam Pengelolaan Zakat Untuk Pemberdayaan Masyarakat Di Kota Medan* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Ihza, M., Adnan, I., Kurtiati, N., & Arif, M. F. (2023). Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Media Sosial TikTok pada Akun @buyayahyaofficial. *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*, 3(1), 48–52. <https://doi.org/10.29313/BCSIBC.V3I1.5990>
- Imam, A. (2022). *Efektivitas Dakwah dalam Membentuk Akhlakuk Karimah Remaja Islam Masjid (Risma) di Masjid Rochmatul Ummah Desa Sidoharjo Kecamatan Penawartama Kabupaten Tulang* (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung).
- Listyaningrum, R. (2016). *Strategi Fundraising Yayasan Kesejahteraan Tunanetra Islam (Yaketunis) Yogyakarta* (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Masdul, M., & Halik, A. (2023). Efektivitas Dakwah Melalui Media Komunikasi pada Masyarakat Birobuli Utara Kecamatan Palu Selatan. *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*,

- 18(1), 47–51.  
<https://doi.org/10.56338/IQRA.V18I1.3223>
- Mauludin, H. (2019). *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (SHIFT) Melalui Sosial Media Instagram* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Murti, A. (2017). Peran Lembaga Filantropi Islam Dalam Proses Distribusi Ziswaf (Zakat, Infak, Sodaqoh dan Wakaf) Sebagai Pemberdayaan Ekonomi Umat). *Labatila : Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 1(01), 89–97.
- Mutmainah, S. (2016). *Strategi Komunikasi Majelis Taklim Telkomsel Jakarta Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah* (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ramdhani, A. N., Shaleh, K., & Suhendi, H. (2021). Strategi Dakwah Lembaga Gerakan Ahli Sedekah dalam Penanaman Kesadaran Bersedekah di Bandung. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 68–71.  
<https://doi.org/10.29313/JRKPI.V1I1.217>
- Rosyidiani, T. S. (2015). *Aplikasi Strategi Komunikasi Dakwah Terhadap Tingkat Partisipasi Jama'ah Ikatan Da'i Indonesia (Ikadi) Jember Jawa Timur* (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Saputra, R. (2022). *Penggerakan (Actuating) Dakwah Yayasan Pemuda Akhir Zaman (PAZ) Pekanbaru* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)
- Surtiani, R. (2021). *Aktualisasi Nilai-Nilai Karakter Melalui Program Kemanusiaan Pada Relawan Daarut Tauhiid Peduli Aceh* (Skripsi, UIN AR-RANIRY).
- Thaheransyah, T., Rosdialena, R., & Maiseptian, F. (2021). Implementasi Perencanaan Dakwah Ikatan Mubaligh Profesional (IMP) Kota Padang. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 8(1), 16–27.  
<https://doi.org/10.15548/AL-HIKMAH.V8I1.2855>
- Yana, A. A. (2022). *Manajemen Fundraising di Masa Krisis: Analisis Keberhasilan ACT (Aksi Cepat Tanggap) dalam Penggalangan Dana Peduli Palestina di Masa Pandemi Covid-19* (Skripsi, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Zahra, U. (2021). *Strategi Dakwah Komunitas Sedekah Subuh Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Di Jambi "Studi Kasus Masyarakat Tanjung Jabung Timur, Desa Lambur dan Kota Harapan* (Skripsi, Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta)