

ABSTRAKSI

Di masa moderen ini, sosial media telah memberikan dampak yang cukup besar dalam kehidupan bermasyarakat khususnya di Indonesia, perkembangan sosial media pula banyak di manfaatkan oleh berbagai organisasi termasuk Lembaga Wakaf, potensi sosial media yang cukup besar menjadikan sosial media sebagai salah satu opsi media menyelenggarakan *Fundraising* wakaf tunai. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah Analisis Statistik Deskriptif dengan metode pengukuran statistik *Structure Equation Model* dengan metode *Partial Least Square*, di mana mengukur pengaruh korelasi model pada tiap-tiap variabel exogenus (Independen) terhadap variabel endogenus (dependen). Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Fundraising* wakaf tunai di sosial media dapat di manfaatkan secara maksimal sebagai media penyerapan dana wakaf berdasarkan Minat Wakif Berwakaf Tunai, juga penerapan *Fundraising* wakaf tunai di media sosial juga dapat menunjang Citra dari lembaga Wakaf itu sendiri, serta Religiusitas para wakif terhadap Minat wakif untuk berwakaf.

(Kata Kunci : *Fundraising* Wakaf Tunai, Sosial Media, Citra Lembaga, Miant Wakif Berwakaf.)