

Gerakan Filantropi Islam Berbasis Media Sosial dan Implikasinya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia

Makhrus¹⁾, Encep Saepudin²⁾

^{1,2} Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

*Email korespondensi: makhrus@ump.ac.id

Abstract

This article examines the social media-based Islamic philanthropy movement in managing donations in Indonesia. This type of research is a field research through a qualitative-descriptive approach with the research objects being Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, Laskar Sedekah, Sedekah Kreatif Edukatif, and Kitabisa.com. Data collection techniques were carried out by interview, observation, and documentation. The results of this study indicate that social media-based Islamic philanthropic institutions/ communities creatively optimize websites and social media to collect donations in the form of health, social, and educational service programs. The distribution of donations is mostly for charity activities due to the priority scale for the needs of the poor, then followed up with empowerment programs in the form of providing working capital, training, and business assistance. This Islamic philanthropic movement is able to provide additional understanding, change in behavior, and change attitudes toward the poor to be more productive and empowered. To measure the success of the program, namely by providing two indicators, first, donors donate through the provision of funds, and goods, and are actively involved in program implementation. Second, responding to likes, comments, and shares regarding information shared on social media.

Keywords : Islamic Philanthropy; social media; Community Empowerment

Saran sitasi: Makhrus., & Saepudin, E. (2023). Gerakan Filantropi Islam Berbasis Media Sosial dan Implikasinya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 1906-1919. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8911>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8911>

1. PENDAHULUAN

Media sosial sebagai bagian dari perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan interaksi manusia tidak terbatas ruang dan waktu, sehingga mampu menyebabkan ledakan partisipasi secara virtual (Dwivedi et al. 2018). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia berkembang secara signifikan dengan *platform* media sosial yang semakin variatif, bahkan diperkirakan orang Indonesia menghabiskan waktu sebanyak 3 jam 23 menit setiap hari untuk menggunakan media sosial (are Social, n.d.), sementara untuk penggunaan internet berdasarkan hasil survei internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada kuartal II (2019-2020) menyebutkan 73,7% penduduk Indonesia telah menggunakan internet dalam beraktivitas, sekalipun baru digunakan untuk media sosial, komunikasi berbalas pesan, hiburan, belanja, berita, dan lainnya (APJII, 2020).

Penggunaan media sosial dalam konteks membangun solidaritas sosial di masyarakat maya, salah satunya dapat tergambar pada kasus Prita Mulyasari yang mampu memberikan dorongan dan partisipasi masyarakat untuk saling berdonasi dalam sebuah gerakan yang bernama Koint Prita. Gerakan berdonasi tersebut mendapatkan respon besar dari para pengguna media sosial dalam adanya donasi hingga menjadi *trending topic* di *Twitter* dan *Facebook*.

Filantropi Islam meliputi zakat, infak, sedekah, wakaf, dan dana kemanusiaan lainnya. Dalam konteks zakat, secara praktik dan aktivisme pengelolaan banyak yang sepakat bahwa zakat tidak dapat digolongkan ke dalam aspek filantropi, sebab zakat sebagai sebuah kewajiban yang harus ditunaikan apabila harta yang dimiliki sudah sampai kadar dan waktu tertentu, namun di sisi lain terdapat pandangan bahwa zakat dapat dimasukkan ke dalam filantropi,

hal tersebut disebabkan zakat masih ditunaikan secara sukarela dan bersifat kesadaran individu tanpa adanya sanksi sosial kepada yang tidak menunaikannya (Latief 2010), implikasinya kewajiban membayar zakat tersebut menjadi sebuah wajib etis dan dapat dimasukkan ke dalam aspek-aspek filantropi Islam yang didasarkan pada aspek moralitas tanpa ada hukuman oleh negara (melanggar hukum) seperti berlakunya pelanggaran hukum terhadap pelaku pelanggaran wajib pajak.

Adanya lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial seperti Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, Sedekah Kreatif Edukatif, dan Kitabisa.com sebagai sebuah gerakan kolektif patut mendapatkan apresiasi dan dukungan dikarenakan realisasi gerakannya yang lebih variatif, edukatif, dan kreatif dalam menghimpun donasi dan menyalurkan donasinya dalam bentuk bantuan pelayanan kesehatan, bantuan pendidikan, bantuan sembako, dan sebagainya.

Berkaitan pentingnya filantropi Islam dalam aspek gerakan maupun pengelolaan telah dilakukan oleh beberapa orang peneliti, salah satunya dengan memotret mengenai dinamika pengelolaan filantropi Islam sebagaimana dilakukan Muhammadiyah dalam melakukan pelayanan kemanusiaan dengan beragama amal usaha dalam bentuk perguruan tinggi, sekolah, pesantren, rumah sakit, panti asuhan, koperasi/*baitul tamwil* Muhammadiyah, dan sebagainya (Latief 2010), praktik filantropi Islam dalam konteks keadilan sosial bahwa adanya modernisasi dan islamisasi memberikan memberikan kontribusi dalam praktik filantropi Islam di Indonesia (Fauzia 2017), sekalipun Islam telah mengalami kemunduran sebelum berlangsungnya masa kolonialisme, kemudian kekuatan politik tersebut berangsur berpindah kepada tangan pemimpin lokal termasuk para pemimpin atau tokoh agama (Fauzia 2016). Terdapat tantangan pengelolaan filantropi Islam yang dalam aspek pengelolaan terdapat perbedaan masing-masing lembaga filantropi Islam, khususnya terkait standar tata kelola organisasinya (Kholis et al. 2014), sekalipun berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat harus mengarah kepada dua aspek yakni donatur (*muzaki*) dan *mustahik* selaku penerima (Makhrus, 2015), maka adanya inovasi filantropi Islam sangat perlukan salah satunya dalam bentuk karitatif dan pemberdayaan masyarakat (Khamim et al. 2021)

Aspek lain dalam filantropi Islam selain zakat adalah wakaf sebagai sebuah pranata sosial Islam yang berfungsi untuk memberikan kepastian terhadap entitas ekonomi yang berfungsi untuk layanan sosial sekaligus instrumen utama untuk pelayanan publik Islam secara kolektif (Kuran 2001), oleh sebab itu diperlukan pengembangan wakaf termasuk adanya wakaf tunai yang secara filosofi dan praktik menjadi sarana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, salah satunya berupa dana pembiayaan nirlaba dan hasil bagi hasilnya dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakat (Rozalinda 2012), sehingga orientasi pengelolaan wakaf tunai di Indonesia telah mampu mendorong adanya praktik wakaf secara dinamis dan inovatif sebagaimana telah dilakukan oleh lembaga filantropi dan lembaga keuangan syariah (Latief, As'ad, and Khasanah 2015), sementara berkaitan dengan prospek pengembangan wakaf tunai di Indonesia masih akan terus menunjukkan perkembangan bersamaan semakin besarnya keinginan dan kesadaran masyarakat untuk berwakaf (Aziz 2017). Wujud pentingnya filantropi Islam tidak hanya dirasakan oleh negara mayoritas berpenduduk yang beragama Islam, namun bagi negara yang minoritas muslim, seperti Amerika Serikat yang sangat dibutuhkan dalam membangun solidaritas dan kepedulian yang berawal dari kebiasaan individu untuk melakukan berderma, namun kemudian menular dan diikuti oleh individu yang lain dikarenakan telah menjadi kebiasaan (Hasyim 2018).

Berkaitan dengan media sosial sebagai peneliti bahwa penggunaan media sosial sebagian besar untuk kegiatan bisnis, salah satunya turut membantu dalam meningkatkan skala pemasaran secara lebih luas, baik melalui jaringan bisnis, pencarian informasi, maupun meningkatkan pendapatan dalam melaksanakan kegiatan usahanya, oleh sebab itu adanya berbagai inovasi menjadi sangat penting dalam meningkatkan kinerja usaha (Olanrewaju et al. 2020), di samping sebagai salah satu wadah baru untuk melakukan promosi terhadap *community branding*, sehingga mampu menjadi cara penggalangan donasi, sekalipun hal tersebut dipengaruhi oleh jumlah pengikut, suka, dan komentar (Kharima, Muslimah, and Anjani 2021), sementara media sebagai wadah gerakan untuk perubahan sosial erat kaitannya dengan fungsi kebudayaan dan perilaku manusia, misalnya dalam konteks keadaan tertentu ke dalam keadaan yang lain yang mempengaruhi sistem sosial yang meliputi nilai-

nilai, sikap, dan perilaku di antara kelompok (Cahyono 2016).

Upaya menjadikan media sosial untuk melakukan perubahan sosial dapat dilakukan dengan memperbanyak bentuk kampanye dan bentuk perubahan yang akan dilaksanakan, salah satu upaya yang paling umum dilakukan yakni dengan mengadakan bentuk kampanye dalam mendorong donasi kederewanan (filantropi) untuk kegiatan tertentu dalam membantu masyarakat yang membutuhkan. Adanya *platform* filantropi Islam berbasis media sosial dipengaruhi penyesuaian bentuk kampanye dan pihak yang menyampaikan kampanye yang dilakukan secara virtual dalam mengakses *platform* digital yang harus menjadi pertimbangan kebijakan pemerintah salah satunya mengeluarkan *e-government* dalam bentuk *e-complaint* (Triguswinri and Afrizal 2021). Dalam aspek yang lebih luas yakni dengan mendirikan *platform crowdfunding* sebagaimana dilakukan oleh Kitabisa.com yang mampu menghubungkan antara donatur dengan pihak yang membutuhkan bantuan donasi dengan pola kampanye donasi yang sangat kreatif. Keberadaan *platform crowdfunding* sebagai sebuah teknik penggalangan dana dengan melibatkan banyak orang termasuk di dalamnya penggalangan donasi. Dalam teknik *crowdfunding* biasanya melibatkan tiga pihak yaitu pemilik proyek, pemberi dana, dan penyedia *platform*, sementara berkaitan dengan *crowdfunder* yang mengadopsi berbagai strategi donasi yang berbeda dalam frekuensi dan besarnya pemberian donasi. Perbedaan mendasar antar *crowdfunder* menyoroti pemahaman berdonasi sebagai perilaku yang menggabungkan altruisme dan kepentingan pribadi, maka adanya heterogenitas tersebut menyebabkan pengaruh yang berbeda terhadap para donatur yang baru, sehingga dibutuhkan desain kampanye dan kebijakan pengelola *platform* (Zhong and Lin 2018).

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Objek penelitian ini adalah lembaga/komunitas filantropi Islam yang memiliki basis gerakan media sosial dalam melakukan pengelolaan donasi yang berimplikasi kemandirian dan kesejahteraan terhadap kehidupan masyarakat (*dhuafa*), sementara subjek penelitian adalah Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, Laskar Sedekah,

Sedekah Kreatif Edukatif, dan Kitabisa.com, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, semua data yang diperoleh disajikan secara deskriptif, dimulai dengan menjelaskan dan diungkapkan oleh informan baik secara langsung, melalui tulisan, maupun dengan pengamatan langsung, sedangkan proses analisis data dilakukan dengan memulai untuk memeriksa semua data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ditentukan sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Media sosial dalam konteks lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial merupakan hal yang urgen karena berkaitan dengan pola gerakan, program, dan target yang ingin dicapai. Penggunaan media sosial sebagai media dalam mendorong kesadaran masyarakat pengguna media sosial untuk terlibat aktif dalam aksi-aksi filantropi, karena keberadaan media sosial mampu memberikan berbagai kemudahan, efektivitas, dan jangkauan yang luas. Upaya optimalisasi media sosial untuk mendorong kesadaran dan kegiatan filantropi tidak saja menjadikan sebagai menjadi ruang interaktif pertemanan, tetapi dapat dimaksimalkan menjadi gerakan untuk berbagi kebaikan antara sesama dengan membantu fakir miskin yang membutuhkan. Terdapat beberapa lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial, diantaranya Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, Laskar Sedekah, Sedekah Kreatif Edukatif, dan Kitabisa.com dalam melakukan kegiatan filantropi di Indonesia melalui tawaran program yang sangat kreatif dan inovatif secara daring, sehingga menyebabkan praktik filantropi Islam menjadi variatif.

3.1.1. Sedekah Rombongan

Sedekah Rombongan didirikan oleh Saptuari Sugiharto yang merupakan seorang pengusaha sukses asal Yogyakarta. Berdirinya Rombongan Sedekah berawal dari tulisan Saptuari Sugiharto di halaman blog pribadinya pada tahun 2011 yang menggambarkan pertemuannya dengan Putri Herlina yang memiliki keterbatasan fisik, namun mampu berperan aktif dan berkontribusi positif dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Panti Asuhan Sayap Ibu di Yogyakarta. Berkat postingan di

blognya, Saptuari Sugiharto juga mendapat banyak pesan pendek, *mention*, dan komentar di beberapa media sosial miliknya yang dinilai menginspirasi. Respon baik tersebut ditindaklanjuti dengan penggalangan donasi untuk membantu Panti Asuhan Sayap Ibu dan membantu masyarakat yang membutuhkan, sehingga bentuk penggalangan donasi tersebut dinamakan “*amanah dari langit*”.

Sedekah Rombongan memandang keberadaan media sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam praktik filantropi berbasis media sosial di Indonesia, hal tersebut dikarenakan adanya berbagai *platform* yang dapat dipilih dan digunakan masyarakat khususnya anak muda untuk dapat mengungkapkan gagasan, ide, dan pengalamannya, maka bentuk mengoptimalkan penggunaan media sosial tersebut Sedekah Rombongan memaksimalkan berbagai *platform* populer seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan TikTok. Sementara menurut Saptuari Sugiharto sebagai pendiri Sedekah Rombongan gerakan filantropi yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan dalam memaksimalkan media sosial tersebut merupakan upaya dalam mendorong kesadaran berderma masyarakat secara daring dimana awalnya dilakukan dengan memaksimalkan Twitter dan *website* Sedekah Rombongan dan ternyata mendapatkan respon positif oleh berbagai kalangan, apalagi Sedekah Rombongan lahir di Jogja sebagai kota pelajar dan memiliki potensi pengguna sosial yang cukup banyak. Gerakan Sedekah Rombongan sebagai organisasi filantropi berbasis media sosial telah menjadi pioner dengan hadirnya gerakan serupa di Indonesia.

Adanya pengumpulan dana secara rombongan dimana bentuk ajakan pengumpulan donasi tersebut dengan memanfaatkan seluruh media sosial yang dimiliki oleh Sedekah Rombongan menyebabkan para donatur menurut Saptuari Sugiharto berasal dari mereka yang sudah bekerja (karyawan), mahasiswa, pelajar, guru, dosen, pengusaha, dan berbagai profesi lainnya yang telah menyimpan nomor rekening Sedekah Rombongan melalui beragam media sosial yang telah disediakan oleh Sedekah Rombongan, sehingga menyebabkan para donatur tersebut rajin bersedekah setiap bulannya, bahkan juga terdapat para donatur yang berasal dari luar negeri. Upaya mengoptimalkan media sosial sebagai media utama dalam kampanye pengumpulan dana filantropi dari masyarakat, maka Sedekah Rombongan melakukan pembenahan terhadap tampilan laman *website* agar

lebih responsif sekaligus melakukan penambahan menu dan fitur yang dipandang penting untuk memberikan kemudahan kepada donatur untuk melakukan donasi sekaligus mengetahui bentuk penyaluran dana yang telah terkumpul ke dalam berbagai program yang telah didesain oleh Sedekah Rombongan.

Upaya optimalisasi penggunaan media sosial yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan menurut Syafruddin Prawiranegara selaku Koordinator Nasional (Kornas) Sedekah Rombongan dilakukan dengan pemberian edukasi secara rutin kepada masyarakat berkaitan dengan topik sedekah dan keutamaannya yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* (kepekaan) masyarakat terkait keutamaan sedekah bagi donatur dan penerima manfaat sedekahnya itu sendiri. Topik tersebut tidak terbatas hanya dalam lingkup sedekah, namun juga diikuti dengan informasi nasihat-nasihat keislaman yang diharapkan mampu menjadi pengingat diri untuk senantiasa berakhlak mulia mencontoh Nabi Muhammad Saw sebagai suri tauladan terbaik umat, selain itu Sedekah Rombongan bekerjasama dengan tokoh publik yang memiliki peminatan di bidang sosial dan menggunakan media sosial untuk membantu mengenalkan Sedekah Rombongan beserta programnya sehingga lebih banyak masyarakat yang mengetahui gerakan Sedekah Rombongan.

Pengumpulan donasi oleh Sedekah Rombongan sangat penting, karena berkaitan langsung dengan rencana program, teknis pelaksanaan program, dan keberadaan organisasi dalam menjaga kepercayaan masyarakat (donatur), maka yang dilakukan Sedekah Rombongan adalah sedekah menjadi program donasi yang dilakukan secara rombongan. Sedangkan bentuk penyaluran donasi yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan diwujudkan dalam beberapa program yang telah ditetapkan yang sebagian besar berbentuk karitas atau bantuan langsung kepada fakir miskin, hal ini dikarenakan Sedekah Rombongan memiliki komitmen untuk menyalurkan seluruh donasi (100%) yang dikumpulkan kepada orang miskin atau tidak ada biaya operasional. Bentuk penyaluran donasi tersebut berupa pendampingan pasien, rumah singgah gratis, ambulans gratis, dan santunan pengobatan bagi pasien. Penguatan jaringan kelembagaan juga terus ditingkatkan oleh Sedekah Rombongan dengan menambah jumlah kurir di seluruh kota besar di Indonesia yang disesuaikan dengan kultur, budaya, dan kebutuhan gerakan berdonasi di masing-masing

daerah tersebut, sementara untuk meningkatkan koordinasi para kurir saling berinteraksi melalui grup *WhatsApp* Sedekah Rombongan.

Sedekah Rombongan sebagai gerakan yang memfokuskan sebagian besar penggalangan donasinya untuk kepentingan karitas dikarenakan kebutuhan mendesak para kaum *dhuafa*, namun juga mengalokasikan dan melaksanakan program yang bersifat pemberdayaan yang memiliki dampak jangka panjang. Menurut Syafruddin Prawiranegara selaku Kornas Sedekah Rombongan program pemberdayaan masyarakat dengan membantu pasien *dhuafa* berupa pendampingan, santunan berobat, termasuk rumah singgah dan ambulans gratis untuk membantu *dhuafa* yang sakit agar dapat menjemput kesembuhannya sekalipun hal tersebut secara penuh belum menuju ranah pemberdayaan. Salah satu program Sedekah Rombongan yang berbasis pemberdayaan masyarakat adalah adanya Rumah Singgah di Kabupaten Banyumas yang memfasilitasi para pasien yang mendapatkan rujukan berobat ke rumah sakit di Purwokerto seperti RS. Margono, RSUD Banyumas, RSUD. Siaga Medika, dan lainnya. Keberadaan Rumah Singgah ini sangat membantu para pasien dan keluarganya untuk beristirahat sembari menunggu jadwal kontrol ke rumah sakit dimana sebagian besar berasal Banjarnegara, Kebumen, Brebes, Cilacap, dan daerah lainnya. Rumah Singgah yang telah beroperasi sejak tahun 2014 tersebut mampu menyediakan fasilitas tempat istirahat, ambulans, sembako, dan para pendamping (kurir) yang sedia melayani setiap waktu dengan memberikan dukungan moril dalam bentuk pengajian yang dapat diikuti oleh para penghuni Rumah Singgah.

Indikator keberhasilan Sedekah Rombongan yaitu semakain tingginya kepedulian berupa simpati dan empati masyarakat atas informasi dari media sosial Sedekah Rombongan mencakup edukasi maupun *campaign* program Sedekah Rombongan yang bermuara pada donasi. Indikator keberhasilan tersebut sejalan dengan filosofi awal Sedekah Rombongan yakni “*menyampaikan titipan langit, tanpa rumit, sulit dan berbelit-belit*”, maka penetapan indikator keberhasilan dengan adanya donasi masyarakat kepada Sedekah Rombongan memberikan dampak kepercayaan bagi para donatur bahwa donasi telah diterima dan disalurkan sesuai dengan ekspektasi para donatur, oleh sebab itu Sedekah Rombongan secara periodik memberikan laporan perolehan dan penyaluran dana yang dapat diakses melalui *website*

Sedekah Rombongan. Menurut Saptuari Sugiharto, bentuk evaluasi program yang dilakukan Sedekah Rombongan dilakukan secara rutin melalui kurir tetap, karena keberadaan kurir masih menjadi kurir inti yang dapat menentukan berbagai kebijakan di Sedekah Rombongan.

3.1.2. Sedekah Bergerak

Sedekah Bergerak (SB) didirikan oleh Ali Syahrudin sebagai bentuk keprihatinan terhadap keadaan sosial dan kaum *dhuafa* khususnya daerah Kabupaten Cilacap. Sedekah Bergerak (SB) yang bergerak di bidang kemanusiaan berdiri pada tanggal 7 Januari 2015 secara kelembagaan bernama Yayasan Sedekah Bergerak yang berada di bawah Pondok Pesantren Metal Tobat Kalijogo Gandrungmangun Bulusari RT/RW 06/06 Gandrungmango Cilacap. Program yang dilaksanakan oleh Sedekah Bergerak (SB) berupa layanan ambulans gratis, bantuan sosial, bantuan hari raya, santunan bagi yatim piatu, dan lainnya. Dalam meningkat gerakan berdonasi Sedekah Bergerak (SB) membuat program Titipan Langit Sedekah Bergerak (TLSB) dengan berdonasi sebesar Rp. 500.000 untuk digunakan sebagai bantuan kepada kaum *dhuafa* atau kurang mampu. Sementara aktivisme secara kelembagaan Sedekah Bergerak (SB) membentuk kurir di berbagai titik di Kecamatan di Kabupaten Cilacap yang diberi nama “*Kurir Langit Sedekah Bergerak*” dan kini telah memiliki kantor cabang di Hongkong.

Pola gerakan yang dilakukan oleh Sedekah Bergerak dengan Sedekah Rombongan hampir memiliki persamaan tidak hanya nama, penamaan pegiat (sama-sama disebut kurir), dan programnya, namun terlepas dari hal tersebut sebagai lembaga yang sama-sama mengoptimalkan media sosial sebagai gerakan pengumpulan donasi, Sedekah Bergerak patut diapresiasi dikarenakan bentuk gerakan kemanusiaan yang dilakukannya mampu menyentuh persoalan mendasar yang dialami masyarakat khususnya di daerah pedesaan, seperti kemiskinan, minimnya akses pendidikan, dan berbagai persoalan mendasar lainnya. Penggunaan media sosial dalam mendukung gerakan Sedekah Bergerak menurut Ali Syahrudin selaku pendiri, memiliki peranan penting dalam proses gerakan kemanusiaan yang menjadi spirit Sedekah Bergerak. *Platform* media sosial yang digunakan diantaranya adalah Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, dan *website* Sedekah Bergerak. Pemilihan

platform media sosial tersebut dikarenakan sangat dinamis dan akrab dengan kehidupan anak muda.

Penggalangan dana oleh Sedekah Bergerak dengan menyediakan informasi tentang program dan tata cara berdonasi di laman *website* dan seluruh media sosial Sedekah Bergerak, sehingga para donatur dapat memilih program dan langsung donasi melalui rekening yang telah tersedia, namun adapula yang melakukan donasi dengan datang ke kantor Sedekah Bergerak maupun memberikan donasi langsung kepada kaum *dhuafa* apabila Sedekah Bergerak sedang melaksanakan acara penyaluran donasi. Fleksibilitas cara berdonasi yang dilakukan oleh Sedekah Bergerak memberikan gambaran bahwa lembaga filantropi berbasis media sosial ini merupakan lembaga yang inklusif dan terbuka untuk semua kalangan. Menurut Ali Syahrudin keberadaan Sedekah Bergerak tidak memiliki afiliasi dengan partai politik maupun organisasi masyarakat, sehingga mampu menjadi tenda kepedulian kemanusiaan yang ingin berdonasi maupun ingin terlibat yang diselenggarakan oleh Sedekah Bergerak.

Berkaitan dengan program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Sedekah Bergerak dengan menyediakan bantuan permodalan (pinjaman) kepada kaum *dhuafa* yang memiliki keahlian dalam menjalankan usaha tertentu. Pinjaman untuk modal usaha tersebut disebut program Hantam Balik Riba, dimana pinjaman modal tersebut sama sekali tidak dikenakan biaya atau bunga (sebutan dalam bank konvensional), namun bila terdapat kelebihan rejeki atas usaha yang dijalankan dianjurkan untuk menyisihkan sebagian untuk kegiatan sedekah. Upaya ini sekaligus ingin memberikan edukasi kepada kaum *dhuafa* agar dapat bersedekah sesuai dengan kemampuannya dan tetap terbiasa bila suatu hari nanti telah berdaya. Program Hantam Balik Riba didesain Laskar Sedekah untuk menjembatani para pedagang kecil terhindar dari jeratan pinjaman rentenir dengan bunga pinjaman yang tidak masuk akal dan menggerogoti pendapatan (hasil) usaha pedagang kecil tersebut, oleh sebab itu pinjaman tanpa bunga memberikan dampak pengembangan usaha dan modal yang pada akhirnya menjadi berdaya.

Indikator keberhasilan donasi Sedekah Bergerak yakni semakin banyak donatur yang mempercayakan donasinya kepada Sedekah Bergerak, baik dari dalam maupun luar negeri. Donatur yang berasal dari luar negeri adalah para WNI yang merantau keluar negeri seperti Taiwan, Hongkong, Arab Saudi, dan lainnya.

Menurut Ali Syahrudin para donatur dari luar negeri tersebut mempercayakan kepada Sedekah Rombongan dikarenakan transparansi penghimpunan dan penyaluran donasi yang dapat dipantau secara periodik oleh para donatur tersebut. Kepercayaan donatur kepada Sedekah Bergerak secara tidak langsung akan meningkatkan kepedulian untuk saling membantu pihak yang membutuhkan bantuan sesuai kapasitas dan kemampuan yang mampu meningkatkan kepekaan dan menguatkan naluri kemanusiaan. Bentuk evaluasi program penghimpunan donasi Sedekah Bergerak dilakukan secara periodik dalam bentuk *sharing* bersama para kurir, sehingga dapat ditemukan berbagai peluang dan tantangan yang dapat meningkatkan manfaat gerakan kemanusiaan yang dilakukan Sedekah Bergerak. Evaluasi program ini meliputi bentuk kampanye, donasi, penyaluran donasi, dan ketepatan sasaran. Berkaitan dengan donasi Sedekah Bergerak dari aspek pengumpulan dana yakni telah memiliki rekening sendiri (Yayasan Sedekah Bergerak) dan tidak atas nama pribadi guna menghindari asumsi kurang baik dari para donatur, sementara aspek penyalurannya dilaporkan dan dibagikan melalui media sosial Sedekah Bergerak.

3.1.3. Laskar Sedekah

Berdirinya Laskar Sedekah tidak lepas dari Ma'ruf Fahrudin dan sembilan temannya yang ingin membantu Nugi Cahya, penderita bibir sumbing, yang fotonya kemudian diunggah ke media sosial untuk menggalang donasi. Upaya ini ternyata mendapat respon yang sangat baik dari pengguna media sosial, sehingga donasi sebesar 4 juta rupiah yang terkumpul dari penggalangan donasi tersebut diserahkan langsung kepada keluarga Nugi Cahya untuk membantu proses penyembuhan penyakitnya. Berawal dari kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 30 Maret 2012 tersebut, maka Ma'ruf Fahrudin bersama teman-temannya menyepakati berdirinya Laskar Sedekah dan tanggal penggalangan donasi tersebut dinamakan hari berdirinya Laskar Sedekah.

Laskar Sedekah dalam mengoptimalkan media sosial sebagai basis pengumpulan donasi dilakukan dengan menyediakan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh para donatur di *website* Laskar Sedekah, seperti informasi program, cara berdonasi, laporan pengumpulan donasi, informasi penyaluran donasi, dan informasi lainnya yang mampu memberikan gambaran secara komprehensif kepada

para donatur maupun calon donatur. Upaya peningkatan kesadaran memberi (filantropi) melalui media sosial menurut Buyung Muhammad selaku Bendahara Laskar Sedekah, yaitu menjadikan media sosial untuk mengedukasi masyarakat pengguna media sosial sebagai hal yang paling utama, hal ini setidaknya dilatarbelakangi banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, seperti pengguna Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, WhatsApp, dan lainnya jumlah penggunanya terus bertambah setiap tahunnya. Peluang inilah yang ditangkap oleh Laskar Sedekah sebagai ruang baru untuk melakukan edukasi pentingnya bersedekah dan mengumpulkan donasi secara cepat, mudah, dilakukan kapan saja, dan dimana saja.

Guna memberikan layanan secara maksimal terhadap calon dan para donatur Laskar Sedekah edukasi mengenai ajakan kebaikan melalui donasi (bersedekah), seberapa besar nominal donasi yang ditunaikan akan tetap bermanfaat bagi kaum *dhuafa* dikarenakan penyaluran sedekah dilakukan secara kolektif melalui program yang telah didesain dan ditetapkan oleh Laskar Sedekah. Salah satu bentuk edukasi pentingnya bersedekah dilakukan memberikan kutipan-kutipan (*quotes*) yang harapannya dapat mampu meningkatkan semangat dan kesadaran bersedekah para pengguna media sosial, apalagi perkembangan teknologi dengan berbagai alat pembayaran menyebabkan cara bersedekah dapat menjadi sangat mudah dan dapat dilakukan dimana saja.

Pelayanan penerimaan donasi yang dilakukan oleh Laskar Sedekah menurut Buyung Muhammad tidak hanya menerima donasi secara daring, melainkan dapat dilakukan secara luring dengan datang langsung ke *basecamp* Laskar Sedekah, apalagi selama ini dalam konteks penggalangan donasi juga dipengaruhi oleh *power of mouth* (mulut ke mulut), dimana seorang donatur menuturkan kegiatan donasi sedekahnya melalui Laskar Sedekah, kemudian menyampaikan kepada pihak lain (calon donatur) agar juga dapat bersedekah melalui Laskar Sedekah, tentu saja hal ini harus dilakukan dengan menimbulkan kesan yang baik bagi para donatur melalui pelayanan terbaik oleh Laskar Sedekah. Donatur Laskar Sedekah berasal dari beragam macam profesi, mulai dari wirausahawan, ASN, pegawai swasta, mahasiswa, pelajar, dan lainnya, selain itu juga terdapat donatur yang khusus yang menjadi sponsor operasional Laskar Sedekah yang berasal dari

kalangan pengusaha yang memiliki komitmen mendukung gerakan dan program Laskar Sedekah, umumnya donatur khusus bersifat kemitraan dengan menyediakan sebagian hasil usahanya untuk disumbangkan dan menjadi *sponsorship* kegiatan yang diselenggarakan.

Proses penyaluran dana yang dilakukan oleh Laskar Sedekah melalui beberapa proses untuk memastikan penyaluran donasi tepat sasaran yakni para kaum *dhuafa* membutuhkan. Menurut Buyung Muhammad proses tersebut dimulai dengan adanya survei data *dhuafa* yang akan disantuni, menganalisis kebutuhan mendasar *dhuafa*, melakukan koordinasi tim, penentuan bentuk skema bantuan, dan pemberian bantuan kepada *dhuafa*. Alasan adanya proses ini bukan bermaksud hendak mempersulit penyaluran sedekah (donasi), tetapi agar penyaluran donasi tepat sasaran, dapat dipantau keberhasilan programnya, dan dapat menjadi bahan evaluasi Laskar Sedekah untuk penyaluran donasi berikutnya.

Program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan secara khusus mulai dari tahap perencanaan sampai dengan tindak lanjut belum dilakukan oleh Laskar Sedekah, hal tersebut dikarenakan orientasi gerakannya yang lebih memfokuskan pada program karitas. Namun, pola pemberdayaan masyarakat sebenarnya telah dilakukan oleh Laskar Sedekah seperti pemberian donasi kepada *dhuafa* untuk membantu meningkatkan pendapatan dan kapasitas usahanya sebagaimana donasi yang diberikan kepada seorang ibu pedagang keliling jagung dan kacang rebus yang ditinggal wafat suaminya sementara harus merawat dan menghidupi putra dan putrinya yang masih sekolah, maka dalam konteks pemberdayaan masyarakat, upaya penyaluran bantuan untuk peningkatkan usaha ibu pedagang keliling tersebut tidak saja hanya diberikan dalam bentuk uang tunai, melainkan dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan keterampilan dan pendampingan yang lebih komprehensif, sehingga selain meningkat hasil usahanya tetapi juga mampu meningkatkan keterampilan dan keahlian lain yang mampu menjadi sumber pendapatan di luar berjualan.

Indikator keberhasilan dalam pengelolaan donasi filantropi Islam berbasis media sosial menurut Buyung Muhammad ditandai dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat untuk saling berbagi dan membantu dalam bentuk donasi khususnya uang tunai sekalipun jumlah tidak banyak, namun kebiasaan bersedekah tersebut dapat dilakukan secara rutin dan

berkelanjutan, oleh sebab itu semangat menggelorakan dan melakukan kebaikan selalu menjadi energi baru Laskar Sedekah agar terus memberikan manfaat kepada kaum dhuafa dan tentunya bersama dukungan para donatur, sedangkan mengenai bentuk evaluasi yang dilakukan Laskar Sedekah terhadap seluruh program dan kegiatan yang dilakukan setiap minggunya dalam pertemuan pengurus dan anggota, kegiatan evaluasi ini juga merupakan ajang silaturahmi antara pengurus dengan anggota Laskar Sedekah.

Salah satu cara Laskar Sedekah dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas masyarakat adalah dengan melibatkan para donatur dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Laskar Sedekah, seperti memberikan santunan kepada anak yatim dengan mengajak para donatur untuk terlibat langsung dalam kegiatan tersebut, ucapan terima kasih berupa kenang-kenangan sebagai tali ucapan terima kasih kepada para donatur yang telah memberikan sedekah di Laskar Sedekah, sementara itu terkait dengan bentuk transparansi dalam pengumpulan dan pengelolaan donasi yang dilakukan oleh Laskar Sedekah dengan memberikan laporan yang diunggah di *website* dan media sosial, sehingga donatur dan pengunjung atau pengguna media sosial mengetahui semua kegiatan Laskar Sedekah.

3.1.4. Sedekah Kreatif Edukatif

Berdirinya komunitas Sedekah kreatif Edukatif (SKE) bermula dari pembuatan film dokumenter yang berjudul *The Heaven for Children* yang bertujuan untuk melakukan penggalang dana dari masyarakat dengan membuat kegiatan yang berfokus menciptakan surga (kebaikan) bagi anak-anak secara edukatif dengan mendukung fasilitas pendukung pendidikan di pedesaan yang terbatas. SKE didirikan oleh Khrisna Mulawarman dan beberapa rekannya di Yogyakarta dengan harapan dapat mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam bentuk sedekah secara kreatif dan edukatif sesuai kemampuannya yang memberikan manfaat kepada orang lain, khususnya untuk anak-anak yang berada di pedesaan dan daerah pinggiran yang mengalami keterbatasan akses wawasan dan Pendidikan

Pembentukan Sedekah Kreatif Edukatif (SKE) diawali dengan pembuatan film dokumenter berjudul *The Heaven for Children* yang bertujuan penggalang dana dari masyarakat dengan membuat kegiatan yang fokus menciptakan surga (kebaikan) bagi anak-anak

secara edukatif dengan mendukung fasilitas penunjang pendidikan di pedesaan. SKE didirikan oleh Khrisna Mulawarman dan beberapa rekannya di Yogyakarta dengan harapan dapat mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam bentuk sedekah secara kreatif dan edukatif sesuai dengan kemampuannya yang memberikan manfaat bagi sesama terutama bagi anak-anak yang tinggal di daerah pedesaan dan pinggiran kota yang memiliki keterbatasan. Bentuk program dapat berupa sedekah barang dan jasa, sedekah uang atau infak, dan sedekah ilmu dan kreasi.

Menurut Khrisna Mulawarman *founder* SKE, bentuk gerakan yang dilakukan oleh SKE dalam mendorong kesadaran berfilantropi dengan berbasis media sosial dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi berbagai program yang dijalankan oleh SKE. Demam media sosial yang melanda di seluruh dunia salah satunya dapat menjadi wadah baru dalam membangun kreativitas donasi, oleh sebab itu SKE memfokuskan kepada pengembangan *website* SKE dan Facebook sebagai *platform* jejaring media sosial yang paling banyak digunakan orang di seluruh dunia selain kemudahan dalam penggunaannya untuk saling berbagi informasi yang muncul langsung di beranda laman Facebook, sehingga menyebabkan para pengguna lainnya dapat membagi (*share*), mengomentasi, dan menandai (*tag*) informasi gerakan sedekah dan filantropi yang dilakukan SKE.

Terkait dengan bentuk penggalangan donasi SKE cenderung lebih fleksibel. Dimana bentuk pengumpulan donasi tidak harus berupa uang tunai, tetapi juga dalam bentuk sedekah barang, sedekah jasa, dan tenaga, sehingga menyebabkan para donatur dapat memilih bentuk donasi sesuai dengan kemampuan para donatur. Wujud sedekah barang berkaitan dengan paket pendidikan yang mampu dimanfaatkan untuk perlengkapan sekolah dan belajar anak-anak di pedesaan maupun penambahan koleksi buku di Perpustakaan, sementara sedekah jasa dan tenaga dapat salah satunya telah berupa workshop penyiar dan reporter televisi, pelatihan jurnalistik untuk anak, pelatihan pembuatan film, dan sebagainya.

Penyaluran donasi yang dilakukan SKE disalurkan dalam bentuk program pendidikan kepada masyarakat pedesaan atau fakir miskin, sehingga dalam realisasi program tersebut sangat jarang memberikan bantuan atau sedekah dalam bentuk uang

tunai sehingga pendidikan sedekah menjadi lebih produktif yang ditandai dengan peningkatan keterampilan dan perubahan perilaku masyarakat yang menjadi objek pembagian sedekah. Bentuk penyaluran donasi berupa barang, jasa/tenaga, penghargaan atau bingkisan, dan lain sebagainya yang terangkum dalam bentuk kegiatan seperti pelatihan, workshop, lomba, permainan/permainan, dan renovasi (perbaikan fasilitas dan fasilitas tambahan).

Berkaitan program dalam bentuk program pemberdayaan masyarakat, SKE melakukannya dalam bentuk pendampingan yang dimulai dalam bentuk pelatihan/*workshop* hal tersebut dilakukan agar program SKE dapat terasa manfaatnya pada saat ini dan masa yang datang. Salah bentuk program yang dilakukan dalam bentuk sedekah jasa berupa *workshop* pembuatan video, fotografi, penyiar radio/televisi, jurnalistik untuk anak, dan sebagainya yang berkaitan dengan penambahan keterampilan. Upaya peningkatan keterampilan (*skill*) dalam konteks penyaluran donasi menurut Khrisna Mulawarman difokuskan kepada pelatihan/*workshop* yang bersifat pratikal di samping dapat membantu masyarakat pedesaan maupun sekolah yang ada di daerah pinggiran dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi. Salah satu yang dihadapi adalah keterbatasan terhadap akses bahan bacaan dan beberapa peralatan sekolah yang rusak, maka program yang disediakan untuk menyelesaikan permasalahan *non-skill* tersebut dengan membuat perpustakaan dengan koleksi buku-buku yang diprioritaskan untuk anak, sementara untuk sekolah dilakukan dengan pengadaan/memperbaiki fasilitas sekolah.

Guna mengukur indikator keberhasilan program yang telah dilaksanakan SKE menurut Khrisna Mulawarman memiliki empat indikator yaitu: pertama, adanya respon positif pengguna *Facebook* seperti *Like*, *Share*, dan *Comment*, yang menandakan program yang akan dan telah dilaksanakan mendapatkan respon positif oleh pengguna media sosial, sehingga mampu menjadi kampanye kebaikan dan apabila bertahan lama dan masif menjadi *tranding topic*. Kedua, jumlah pembaca setiap *update* informasi SKE di *timeline* media sosial signifikan yang juga dipengaruhi oleh indikator pertama (*like*, *share*, dan *comment*) yang harapannya meningkatkan jumlah donasi yang terlibat dalam program SKE. Ketiga, respon masyarakat terhadap rencana kegiatan SKE signifikan ditandai dengan keinginan untuk bergabung

bersedekah dalam bentuk apapun sesuai dengan kemampuan donatur yang dapat berupa materi dan non materi. Keempat, keberlanjutan para donatur untuk terus bergabung dalam program dan kegiatan yang diselenggarakan, hal ini menjadi salah satu indikator kepercayaan donatur terhadap SKE dan terus menebarkan manfaat kepada kaum dhuafa. Adapun evaluasi terhadap seluruh program dilakukan dalam bentuk pertemuan rutin bulanan para pegiat (koordinator dan relawan) SKE. Dalam pertemuan tersebut dibahas mengenai program yang telah dilaksanakan untuk menjadi pertimbangan program berikutnya sehingga mampu program menjadi variatif dan inovatif yang berimplikasi terhadap beragam manfaat yang diperoleh oleh para dhuafa yang mendapatkan program. Evaluasi ini juga menjadi ruang untuk memberikan tindaklanjuti terhadap keberlangsungan komunitas SKE dan pengembangan program, baik program yang bersifat jangka pendek dan jangka panjang.

3.1.5. Kitabisa.com

Kitabisa.com merupakan *platform crowdfunding* yang didirikan oleh Muhammad Alfatih Timur (biasa dipanggil Timmy) pada tahun 2013 dengan tujuan awalnya sebagai *start-up* yang mampu menghubungkan antara pihak yang memiliki ide dengan pihak yang ingin memberikan dukungan dana terhadap program yang telah disediakan. Muhammad Alfatih Timur sebelum mendirikan Kitabisa.com terlibat dalam aktivis penggerak di Rumah Perubahan yang didirikan oleh Renald Kasali, pada saat menjabat sebagai asisten Renald Kasali tersebut mendapatkann tantangan untuk membuat sesuatu yang baru dan *fresh* di Indonesia dengan berbasis digital, maka dengan adanya trend internasional tentang patungan banyak orang yang dikampanyekan secara daring dan viral, sehingga menyebabkan banyak orang berdonasi sebagaimana dilakukan oleh *Ice Bucket Challenge* maupun Koin untuk Prita di Indonesia yang mampu meningkat kesadaran masyarakat untuk berdonasi.

Secara kelembagaan Kitabisa.com sebagai *platform* penggalangan dana dan berdonasi secara daring (*online*) atau biasa dikenal dengan istilah *crowdfunding* dikelola oleh PT Kita Bisa Indonesia bersama dengan Yayasan Kita Bisa, sementara dasar operasional layanan penggalangannya berdasarkan Keputusan Menteri Sosial Republik Indonesia No. 1192/HUK-PS/2017 tentang Izin Penyelenggaraan Pengumpulan Sumbangan kepada Yayasan Kita Bisa

untuk berbagai bentuk kegiatan penggalangan dana. Kitabisa.com secara berjalan secara daring penuh untuk mengumpulkan ide dan donasi kemanusiaan, sehingga menjadi bagian contoh sukses dalam pengembangan kewirausahaan sosial yang mampu memberikan penyelesaian terhadap permasalahan ekonomi, sosial, dan keagamaan. Untuk dapat melakukan kampanye di Kitabisa.com proses pertama adalah membuat akun terlebih dahulu dengan tahapan sebagai berikut : (1) membuat akun melalui *website*, (2) mendaftar diri melalui email atau nomor HP, (3) mendapatkan verifikasi sesuai dengan identitas yang diajukan, (4) memasukkan kode verifikasi, (5) memilih 3 kategori favorit untuk muncul di aplikasi, seperti bantuan pendidikan, lingkungan, kegiatan sosial, balita dan anak sakit, dan seterusnya, (6) memilih menu lanjut untuk menyelesaikan pembuatan akun, (7) setelah menyelesaikan pembuatan akun di Kitabisa.com dapat membuat kampanye donasi dan melakukan donasi.

Kitabisa.com sebagai *platform* urun dana tidak menyalurkan dana secara langsung dan hanya sebagai lembaga perantara menyediakan sarana untuk melakukan penggalangan dana secara daring melalui halaman campaign dimana keberhasilan penggalangan dana tersebut ditentukan oleh faktor konten, luas jaringan, dan upaya dari pihak penggalang dana (*campaigner*), oleh sebab itu Kitabisa.com memfasilitasi NGO Global, yayasan global, komunitas, mahasiswa, artis, himpunan alumni, hingga individu yang hendak melakukan penggalangan dana yang bertujuan untuk tujuan sosial untuk membantu sesama maupun mendorong adanya karya tertentu. Guna meningkatkan donasi dan publikasi, Kitabisa.com tidak hanya mengandalkan *website*, tetapi juga menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Youtube*, sehingga mampu meningkatkan donasi masyarakat berdasarkan tawaran program donasi yang telah disediakan (dikampanyekan). Berkat keberhasilan dan kegiatan positif yang dilakukan oleh Kitabisa.com pada tahun 2014 mampu mengantarkan Kitabisa.com sebagai semifinalis di NUS-DBS *Social Venture Challenge Asia* di Nanyang University of Singapore.

Kekuatan lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial dalam menggalang donasi harus diimbangi dengan program penyaluran donasi yang telah terkumpul, karena berkaitan dengan tujuan sedekah yaitu untuk meringankan permasalahan yang dihadapi masyarakat miskin (*dhuafa*), selain itu

adanya program penyaluran dana yang terprogram, terencana, dan terorganisir yang dapat dievaluasi akan meningkatkan kepercayaan, citra, dan eksistensi lembaga/masyarakat di hadapan para donatur dan calon donatur, oleh karena itu yang tidak kalah pentingnya adalah bentuk evaluasi terhadap semua program yang telah dilakukan, karena evaluasi tersebut tidak hanya memberikan ruang untuk koreksi program yang telah berjalan, namun memberikan solusi, arahan, dan inovasi terhadap bentuk program yang direncanakan dan dijalankan, sehingga seluruh rangkaian dan pelaksanaan program dapat berjalan secara optimal dengan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat miskin (*dhuafa*).

3.2. Pembahasan

Gerakan yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, Laskar Sedekah, Sedekah Kreatif Edukatif, dan Kitabisa.com dalam mempromosikan kesadaran donasi masyarakat dan dampaknya terhadap pemberdayaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh cara lembaga/komunitas membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan para donatur, selain kemampuan organisasi dalam merancang dan melaksanakan penyaluran donasi yang terprogram, terencana, dan terukur, meskipun keberadaan media sosial dipandang oleh sebagian orang berdampak negatif seperti penipuan, kriminalitas, dan sebagainya. Hal ini dikarenakan gerakan dan komunitas berbasis media sosial tidak menampilkan diri dalam bentuk pertemuan fisik (tatap muka) bagi para donatur dan masyarakat. Apa yang dilakukan kelima lembaga/komunitas filantropi tersebut mampu memberikan pandangan baru bahwa media sosial dapat digunakan sebagai bentuk gerakan sosial untuk memberikan kontribusi positif bagi kehidupan sosial. Keberadaan kelima lembaga/komunitas filantropi tersebut di atas mampu memberikan kepercayaan, kredibilitas dan akuntabilitas masyarakat dalam menghimpun dan menyalurkan donasi secara maksimal.

Perkembangan manajemen filantropi Islam dalam berbagai bentuk gerakan termasuk berbasis media sosial patut diapresiasi guna meningkatkan kinerja, manajerial, dan manajemen. Penggunaan media sosial yang telah menjadi tuntutan dunia juga telah memberikan ruang yang lebih luas bagi aktivisme filantropi Islam dalam berbagai bentuk, termasuk berbasis media sosial, apalagi berbagai program lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis

media sosial dapat diakses oleh pengguna media sosial, tanpa batas ruang dan waktu. Dalam hal layanan pemanfaatan media sosial mampu memberikan kemudahan bagi pengguna media sosial, donatur, penerima donasi, dan seluruh pemangku kepentingan untuk mengenal, mengetahui, dan berkontribusi terhadap berbagai program yang diadakan.

Lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial pada prinsipnya turut membantu memaksimalkan pengelolaan potensi filantropi Islam di Indonesia, apalagi potensi zakat sebagai bagian filantropi Islam berdasarkan *Outlook Zakat 2020* yang dilakukan oleh Puskas BAZNAS pada tahun 2018 menunjukkan potensi zakat Indonesia sebesar 286 triliun setiap tahunnya sementara pengumpulannya baru mencapai 8,3 triliun (Pusat Kajian Strategis BAZNAS 2020), di samping adanya wakaf tunai yang memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan wakaf, sebab uang ketika digunakan lenyap bendanya, sementara nilai uangnya masih dapat dipertahankan dengan cara dikelola secara bisnis meski bendanya telah lenyap (Kencana 2017). Lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial yang mendapatkan respon positif dari sesama pengguna media sosial yang rata-rata masih muda (pelajar dan mahasiswa) menyebabkan gerakan menjadi terus berkembang dikarenakan tidak saja menjadi donatur, melainkan juga terlibat sebagai pegiat (relawan) yang menandakan bahwa gerakan filantropi Islam yang dikelola masyarakat sipil mampu menjalankan berbagai strategi dalam konteks penghimpunan, penyaluran, dan pemberdayaan masyarakat secara baik (Martiningsih and Zamhari 2021).

Aktivisme lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial dalam melakukan gerakannya secara umum dapat tergambar melalui tiga aspek penting, yaitu: pertama, memperbesar dan mempercepat *trending topic* di media sosial dalam bentuk tagar tertentu untuk mendapatkan perhatian para pengguna sosial dalam bentuk *like*, *share*, dan *comment*. Kedua, mendorong keterlibatan banyak pihak dengan memperbanyak pengikut (*followers*) yang mampu memberikan informasi yang lebih cepat dan terbaru. Ketiga, keberhasilan gerakan salah satunya ditandai dengan adanya donasi terhadap kampanye. Adanya kegiatan tersebut di atas selaras dengan keberadaan keunggulan media sosial tidak mengenal batas waktu dan tempat sepanjang terjangkau oleh jaringan internet sebagai bagian dari perkembangan teknologi dan informasi, sehingga mampu melakukan keterlibatan banyak pihak dengan sumber daya yang lebih terorganisir (RI 2014). Adanya media sosial menyebabkan lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial tidak perlu mengeluarkan banyak biaya promosi untuk mensosialisasikan program, menjaring donatur, melaporkan kegiatan program, sosialisasi, dan publikasi.

Gerakan filantropi Islam berbasis media sosial tumbuh dan berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, hal ini didasari oleh kemudahan akses bagi para donatur dan calon donatur untuk memberikan donasi, transparansi, akuntabilitas, dan pelaporan pelaksanaan program. Adapun beberapa lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial tersebut sebagai berikut:

Tabel : Daftar komunitas filantropi Islam berbasis media sosial di Indonesia

No	Community	Founder	Field	Website
1.	Sedekah Rombongan	Saptuari Sugiharto	Social and Health	www.sedekahrombongan.com
2.	Laskar Sedekah	Ma'ruf Fahrudin	Social and health	www.laskarsedekah.com
3.	Sedekah Kreatif Edukatif	Khrisna Mulawarman	Education	www.sedekahkreatifedukatif.com
4.	Komunitas Ilmu Berbagi	Ardiansyah	Education	http://ilmuberbagi.or.id/
5.	Warung Ikhlas	Agus Wicaksono dan Hapsari Budi Utami	Social (Free meal)	www.facebook/warung-ikhlas-malang.com
6.	Komunitas Pecinta Alqur'an	Edi Sutisna	Social	http://club-pecinta-alquran.com/
7.	Pintu Sedekah	Dede Suhara	Education, Health and Empowerment	http://www.pintusedekah.org/
8.	Sedekah Bergerak	Ali Sahrudin	Social	http://www.sedekahbergerak.com/

Sumber : (M. Makhrus 2018)

Lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial memiliki karakteristik gerakan yang berbeda dalam menyalurkan donasi yang terkumpul sesuai dengan nama lembaga/komunitas, namun secara umum terkait dengan pelayanan sosial, keagamaan, Kesehatan, dan pendidikan. Berbagai kegiatan gerakan filantropi Islam dilakukan secara terencana oleh seluruh pegiatnya, baik untuk meng-*update* rencana, pelaksanaan, maupun pemberitaan yang disesuaikan dengan budaya pengguna media sosial yang cenderung kreatif, fleksibel, dan mudah diakses. Implikasinya, para aktivis yang terlibat dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial berasal dari berbagai profesi, termasuk mahasiswa yang akrab dengan media sosial.

Hal-hal yang perlu diperhatikan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial mendorong penyaluran donasi tidak hanya terfokus pada penyaluran dana dalam bentuk karitas, tetapi dalam bentuk pemberdayaan masyarakat yang lebih bersifat jangka panjang, namun tetap disesuaikan dengan dasar analisis kebutuhan masyarakat miskin dan dasar gerakannya masing-masing lembaga/komunitas filantropi Islam. Salah satu bentuk pemberdayaan yang telah dilakukan oleh Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, dan Sedekah Kreatif Edukatif dalam bentuk pendampingan (pemberdayaan masyarakat) telah memenuhi prinsip dasar pendampingan yang meliputi tiga hal yaitu belajar dari masyarakat yang menekankan dari, oleh, dan untuk masyarakat, pendamping sebagai fasilitator dan masyarakat sebagai aktor, saling belajar dan berbagi pengalaman (Karsidi 2007).

Dalam upaya pemberdayaan masyarakat posisi lembaga/komunitas filantropi Islam dapat memanfaatkan modal sosial yang ada di masyarakat, sekalipun penggalangan donasinya tetap dilakukan secara daring. Keberadaan modal sosial sangat dibutuhkan dalam berbagai hal dalam rangka mencapai tujuan individu dan kelompok yang di dalamnya terdapat relasi, norma, dan kepercayaan yang terjadi dalam situasi sosial tertentu. Pada dasarnya modal sosial yang dibutuhkan masyarakat adalah kepercayaan sebagai sebuah entitas moral yang mengikat satu sama lain, oleh sebab itu semakin banyak orang saling percaya satu sama lain menyebabkan saling percaya satu sama lain (Dwiningrum 2014). Modal sosial masyarakat ini

terbagi kepada empat hal yakni, adanya jaringan (*network*), kepercayaan (*trust*), pemahaman (*understanding*), dan nilai bersama (*shared values*) (Franklin 2003). Modal sosial dalam konteks pengelolaan filantropi Islam berfungsi untuk dimaksimalkan dalam interaksi, partisipasi, kontribusi, dan memberi dorongan kepada *stakeholders* yang berimplikasi terhadap pengembangan filantropi Islam berbasis pemberdayaan masyarakat.

Peluang dan tantangan yang akan dihadapi oleh lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial akan semakin bervariasi seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial dan kejahatan berbasis digital, sehingga mendorong kreativitas program, transparansi, kredibilitas, dan akuntabilitas lembaga/komunitas filantropi Islam. Sementara untuk meningkatkan kesejahteraan dalam melakukan integrasi program melalui wakaf produktif melalui Bank Wakaf Mikro (Hidayat and Makhrus 2021) maupun dengan berbagai organisasi pengelola zakat produktif seperti BAZNAS, LAZISMU, LAZISNU, dan lainnya yang memiliki program pemberdayaan masyarakat dengan berbagai programnya (Fathaniyah and Makhrus 2022), oleh sebab itu kegiatan sosial harus diprioritaskan untuk tetap menjaga kepercayaan para donatur, sedangkan bagi para donatur dan masyarakat pada umumnya, keberadaan komunitas filantropi Islam berbasis media sosial harus dilihat sebagai kegiatan positif yang memiliki berdampak pada optimalisasi pengelolaan dana filantropi Islam, sehingga hubungan masyarakat, lembaga, dan masyarakat selalu terjaga karena memiliki visi dan semangat yang sama untuk saling berdonasi dan membantu peran negara dalam mewujudkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat.

4. KESIMPULAN

Gerakan filantropi Islam berbasis media sosial di Indonesia sebagaimana dilakukan oleh Sedekah Rombong, Sedekah Bergerak, Laskar Sedekah, dan Sedekah Kreatif Edukatif, dan Kitabisa.com memiliki semangat yang sama yakni mendorong kesadaran berderma (filantropi) masyarakat dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pengumpulan, pengelolaan, dan pelaporan, dan evaluasi program-programnya. Dukungan akses internet dan beragamnya *platform* media sosial memberikan fleksibilitas bagi lembaga/komunitas

filantropi Islam berbasis media sosial untuk mendorong kesadaran berderma masyarakat, salah satunya dengan memberikan pembaharuan informasi dan berita di laman *website* maupun pembaharuan status media sosial dalam bentuk status, foto, video, dan berita. Implikasinya pada donatur dan para pengguna media sosial dapat memberikan respon *like*, *comment*, dan *share* terhadap informasi yang telah dibagikan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial. Adanya informasi yang memadai dan masif tersebut akan memberikan dorongan kepada sesama pengguna media sosial untuk melakukan donasi ataupun terlibat langsung dalam kegiatan dan program lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial, sehingga ukuran tingkat kesadaran berdermanya dapat ditinjau dalam dua aspek yakni berbentuk dana (uang) dan jasa/tenaga dengan terlibat sebagai pegiat (kurir).

Secara umum penghimpunan donasi dari lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial memiliki pola yang sama, yaitu menyediakan rekening khusus untuk penerimaan donasi yang tertera pada setiap bagian promosi dan publikasi, baik di *website* maupun di halaman media sosial, selain itu kepada lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial juga menerima donasi secara langsung dengan datang ke *basecamp* atau kantor yang telah disediakan. Sementara itu, penyaluran koleksi donasi yang dilakukan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial pada umumnya masih bersifat karitatif karena adanya kebutuhan yang mendesak dari fakir miskin dan disesuaikan dengan sifat gerakan komunitas filantropi Islam. Misalnya jika bergerak di bidang kesehatan, biasanya program tersebut dilakukan dengan menyelenggarakan program pelayanan kesehatan seperti yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, dan Laskar Sedekah, namun jika bergerak di bidang pendidikan, fokus program ini diprioritaskan dalam menyediakan dan memfasilitasi kebutuhan belajar mengajar seperti yang dilakukan Sedekah Kreatif Eduktif, sedangkan *platform crowdfunding* oleh Kitabisa.com yang mampu menampung berbagai kampanye donasi untuk sektor kesehatan, sosial, ekonomi, dan lainnya.

Penyaluran donasi berupa pemberdayaan masyarakat untuk lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial mulai diwujudkan dalam bentuk pelatihan, *workshop*, pemberian fasilitas kesehatan, hingga adanya bantuan modal usaha yang dilakukan

secara bertahap (dana bergulir). Proses pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial berbeda satu sama lain sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan semua pihak yang terlibat.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama (Diktis Kemenag) RI yang memberikan pendanaan dalam penelitian ini melalui skema penelitian Pengembangan Program Studi pada tahun 2021, mitra dalam penelitian, dan seluruh yang terlibat dalam proses penelitian ini.

6. REFERENSI

- are Social, We. n.d. "Hootsuite.(2017b). 2017 Digital Yearbook: Internet, Social Media, and Mobile Data for 239 Countries around the World." *We Are Social, Hootsuite*, no. s 226.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2020. "Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020." *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Vol. 2020. <https://apjii.or.id/survei>.
- Aziz, Muhammad. 2017. "Peran Badan Wakaf Indonesia (BWI) Dalam Mengembangkan Prospek Wakaf Uang Di Indonesia." *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*. <https://doi.org/10.30736/jes.v1i2.15>.
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." *Jurnal Publiciana* 9, no. 1: 140–57.
- Dwiningrum, Siti Irene Astuti. 2014. "Modal Sosial Dalam Pengembangan Pendidikan (Perspektif Teori Dan Praktik)." Yogyakarta: UNY Press.
- Dwivedi, Yogesh K, Gerald Kelly, Marijn Janssen, Nripendra P Rana, Emma L Slade, and Marc Clement. 2018. "Social Media: The Good, the Bad, and the Ugly." *Information Systems Frontiers* 20, no. 3: 419–23.
- Fathaniyah, Lidia, and M Makhrus. 2022. "Peran Organisasi Pengelola Zakat Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Kabupaten Banyumas." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1: 632–40.
- Fauzia, Amelia. 2016. *Filantropi Islam, Sejarah Dan Kontestasi Masyarakat Sipil Dan Negara Di Indonesia*. Yogyakarta: Gading Publishing.
- . 2017. "Islamic Philanthropy in Indonesia: Modernization, Islamization, and Social Justice." *Austrian Journal of South-East Asian Studies* 10, no. 2: 223–36.
- Franklin, Jane. 2003. "Social Capital: Policy and Politics." *Social Policy and Society* 2, no. 4: 349–52.

- Hasyim, Fuad. 2018. "Gerakan Filantropi Islam Di Amerika." *Jurnal Studi Al-Qur'an* 14, no. 1: 16–31.
- Hidayat, Syarif, and M Makhrus. 2021. "Peranan Bank Wakaf Mikro Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Purwokerto." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2: 577–86.
- Karsidi, Ravik. 2007. "Pemberdayaan Masyarakat Untuk Usaha Kecil Dan Mikro (Pengalaman Empiris Di Wilayah Surakarta Jawa Tengah)." *Jurnal Penyuluhan* 3, no. 2.
- Kencana, Ulya. 2017. *Hukum Wakaf Di Indonesia*. Malang: Setara Press.
- Khamim, Khamim, M Najmul Afad, Agus Widodo, Perdhiansyah Perdhiansyah, and Muhammad Lutfi Hakim. 2021. "Inovasi Filantropi Islam Dalam Menanggulangi Masyarakat Miskin Terdampak Covid-19: Studi Kasus Di Baznas Provinsi Kalimantan Barat." *Sosio Konsepsia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial* 10, no. 3.
- Kharima, Nadya, Fauziah Muslimah, and Aninda Dwi Anjani. 2021. "Strategi Filantropi Islam Berbasis Media Digital." *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 10, no. 1: 45–53.
- Kholis, Nur, Soya Sobaya, Yuli Andriansyah, and Muhammad Iqbal. 2014. "Potret Filantropi Islam Di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta." *La_Riba* 7, no. 1: 61–84.
- Kuran, Timur. 2001. "The Provision of Public Goods under Islamic Law: Origins, Impact, and Limitations of the Waqf System." *Law & Society Review*. <https://doi.org/10.2307/3185418>.
- Latief, Hilman. 2010. *Melayani Umat Filantropi Islam Dan Ideologi Kesejahteraan Kaum Modernis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Latief, Hilman, Syarif As'ad, and Miftakhul Khasanah. 2015. "Fleksibilitas Pemaknaan Wakaf Tunai Di Indonesia: Studi Terhadap Lembaga Filantropi Dan Lembaga Keuangan." *Afkaruna*. <https://doi.org/10.18196/auij.2015.0044.66-95>.
- Makhrus, M. Restu Frida Utami. 2015. "Peran Filantropi Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Kabupaten Banyumas." In *Seminar Nasional LPPM UMP*. Purwokerto.
- Makhrus, M. 2018. "Social Media Based Islamic Philanthropy to Develop Philanthropy Awareness In Indonesia." In *2018 3rd International Conference on Education, Sports, Arts and Management Engineering (ICESAME 2018)*, 365–68. Atlantis Press.
- Martiningsih, Dwi, and Arif Zamhari. 2021. "Demokratisasi Pengelolaan Zakat Melalui Perubahan Peran Lembaga Amil Zakat Berbasis Organisasi Kemasyarakatan." *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)* 7, no. 2: 170–83.
- Olanrewaju, Abdus-Samad Temitope, Mohammad Alamgir Hossain, Naomi Whiteside, and Paul Mercieca. 2020. "Social Media and Entrepreneurship Research: A Literature Review." *International Journal of Information Management* 50: 90–110.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. 2020. *Outlook Zakat Nasional 2020*. Jakarta: Puskas BAZNAS. <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1113-outlook-zakat-indonesia-2020>.
- RI, Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan. 2014. "Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI." *Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI*.
- Rozalinda, Rozalinda. 2012. "Filantropi Islam Di Indonesia: Studi Tentang Prospek Wakaf Uang Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat." In *Annual International Conference on Islamic Studies*, 1921–40. Surabaya. <http://digilib.uinsby.ac.id/7647/>.
- Triguswinri, Krisnaldo, and Teuku Afrizal. 2021. "Eksklusi Sosial Dalam Kapital Digital Dan Kebijakan Virtual (Studi Filantropi Platform KitaBisa. Com)." *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 7, no. 3: 303–8.
- Zhong, Zhi-Jin, and Shujin Lin. 2018. "The Antecedents and Consequences of Charitable Donation Heterogeneity on Social Media." *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 23, no. 1: e1585.