

Filantropi Islam Berbasis Media Sosial: Meningkatkan Kesadaran Filantropi Melalui Platform Crowdfunding

Siti Ahsanul Haq¹, Ita Rodiah²

¹Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

²Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted Dec 18, 2022

Accepted Dec 19, 2022

Published May 31, 2023

Keywords:

Filantropi
Filantropi Islam
Media Sosial
Kitabisa.com

ABSTRACT

Filantropi sebagai kegiatan sukarela yang didorong untuk kepentingan umum, yang berupa sumbangan materi maupun non materi untuk mendukung kegiatan yang bersifat sosial tanpa balas jasa bagi pemberinya sebagai bentuk soladitas sesama manusia. Praktik filantropi dalam Islam telah dikenal dari jauh dari masa sekarang, dalam Islam kita mengenal sebagai kegiatan zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *library research* dengan pendekatan deskriptif, memanfaatkan berbagai referensi yang berasal dari buku, jurnal, artikel, dan lain-lain sebagai sumber rujukan. Dengan perkembangan teknologi informasi di masa sekarang menjadi sarana baru dalam berfilantropi. Salah satu crowdfunding yang ramai dibicarakan yaitu Kitabisa.com sebagai wadah baru yang mampu menghubungkan pemberi dengan orang-orang yang membutuhkan. Kitabisa.com memanfaatkan media sosial untuk menarik minat masyarakat untuk ikut terlibat dalam kegiatan berfilantropi. Adanya pemanfaatan media sosial memberikan ruang yang lebih luas terhadap aktivisme lembaga/komunitas filantropi Islam untuk mendorong tercapainya tujuan dari program yang dijalankan yang kemudian dapat diakses oleh pengguna media sosial dari seluruh dunia tanpa adanya keterbatasan ruang dan waktu.

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan revolusi industri tidak meninggalkan sifat *humanism* manusia untuk saling peduli, bahkan dengan perkembangan yang ada justru menjadi alternatif baru untuk membuat aktivitas kemanusiaan dengan memanfaatkan media sosial. Oleh karena itu aksi berfilantropi harus mampu mengikuti perkembangan media digital yang telah banyak menyediakan *platform* sebagai wadah baru dalam berfilantropi, lebih khususnya pada kegiatan filantropi Islam. Adaptasi ini harus dilakukan untuk menghindari ketertinggalan dan kemungkinan kepunahan.

Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi, cara untuk mempromosikan program filantropi menemukan jalan baru melalui ICT, terkhusus media sosial. Media sosial dengan berbasis pada komputer atau *handphone* yang terhubung dengan teknologi internet memudahkan manusia untuk mengaksesnya. Tidak bisa dielak eksistensi media sosial telah membawaw perubahan gaya hidup dan bekerja masyarakat saat ini.

Sebuah gerakan filantropi dimana aktivis berfokus pada kegiatan sukarela dari memberikan bantuan atau memberikan layanan sukarela yang berasal dari satu orang yang berkomitmen lalu mengajak yang lain sebagai bentuk kepedulian. Sebagai gerakan sosial, komunitas filantropi membutuhkan dukungan dari masyarakat untuk terlibat dan bergabung pada kegiatan untuk mencapai tujuan dari program kegiatan sosial. Tanpa keterlibatan dan dukungan dari masyarakat program akan sulit dilaksanakan dan tujuan filantropi tidak mungkin bisa dicapai. Salah satu pilihan alternatif yang bisa dilakukan lembaga/komunitas filantropi Islam di era revolusi industri saat ini memaksimalkan penggunaan media sosial untuk memberikan informasi dan mempromosikan program kerja mereka kepada masyarakat. Mereka percaya bahwa pemanfaatan media sosial akan membawa perubahan positif.

Lembaga/komunitas filantropi Islam yang beroperasi memanfaatkan media sosial sebagai sarana mengajak dan mempromosikan kegiatan sukarela mereka adalah KitaBisa.com. KitaBisa.com juga dikenal sebagai *platform crowdfunding* yang dikenal sebagai alternatif baru dalam mengumpulkan dukungan dan pendanaan untuk suatu kegiatan sosial, yang berasal dari banyak orang, melalui internet untuk mengumpulkan kontribusi finansial. KitaBisa.com dikenal sebagai penghubung atau penyedia *platform* bagi individu atau masyarakat yang ingin melakukan aksi sosial dengan para pendonasi dan kemudian dana yang dikumpulkan akan diberikan kepada yang membutuhkan.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *library research* (studi kepustakaan) dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif. *Library research* merupakan sebuah penelitian kepustakaan yang memanfaatkan data pustaka dengan membaca, mencatat, mengelolah data

pustaka yang berkaitan dengan objek penelitian. Peneliti mengumpulkan data dengan membaca referensi yang memiliki keterkaitan dengan tema penelitian yang berasal dari buku, jurnal, artikel, dan website.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Filantropi Islam

Pada Abad ke-5 SM istilah filantropi menyebar di Yunani Klasik. Kata filantropi berasal dari Yunani *phileo* dan *anthropos*. *Phileo* berarti cinta atau aspek khusus cinta yang dalam bahasa Yunani Kuno mewakili salah satu dari empat kelompok kata yang mewakili konsep cinta atau keinginan. Sedangkan *anthropos* berarti manusia tanpa membedakan satu pun manusia dalam arti kata yang luas¹. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia filantropi berarti kedermawanan kepada sesama. Jika dimaknai secara harfiah filantropi berarti konsep dari aksi memberi, jasa, dan asosiasi yang dilakukan secara rela untuk memberi bantuan kepada sesama yang sedang membutuhkan sebagai bentuk ungkapan kedermawanan atau rasa cinta. Pengungkapan cinta kasih dalam kamus Webster tidak hanya terikat dalam bentuk barang atau uang melainkan dapat berupa “sebuah usaha atau upaya untuk meningkatkan rasa cinta kepada sesama sebagai makhluk sosial dan meningkatkan rasa kemanusiaan”.

Filantropi dikenal sebagai aktivitas kegiatan sosial di Indonesia. Hal tersebut terlihat dari sebagian besar tradisi suku-sukuyang tersebar di Indonesia ratusan tahun lalu dan masih terbawa hingga kini. Di Indonesia, dinamika filantropi Islam telah berlangsung selama beberapa periode sejarah. Sejak awal abad ke-20, munculnya organisasi massa Islam diantara modernitas dan tradisiolitas telah diwarnai oleh berbagai kegiatan social.

Amar mendefenisikan filantropi sebagai bentuk konseptualisasi dari praktik memberi (*giving*), pelayanan (*service*), dan asosiasi (*association*) secara tulus yang akan memdermakan manfaat kepada pihak yang membutuhkan sebagai bentuk ungkapan rasa sayang.² Filantropi diistilahkan oleh Kasdi dengan rasa kecintaan yang dimiliki oleh seseorang yang disampaikan melalui pemberian derma.³

¹ Herlina Yustati, “Efektifitas Instagram Sebagai Media Persuasi Filantropi Islam Bagi Mahasiswa,” *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2019), <https://doi.org/10.29300/aj.v5i1.1712>.

² Faozan Amar, “Implementasi Filantropi Islam Di Indonesia,” *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam* 1, no. 1 (2017), https://doi.org/10.22236/alurban_vol1/is1pp1-14.

³ Abdurrohman Kasdi, “Filantropi Islam Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat (Model Pemberdayaan ZISWAF Di BMT Se-Kabupaten Demak),” *IQTISHADIA Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 9, no. 2 (2016), <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v9i2.1729>.

Filantropi erat kaitannya dengan istilah kemanusiaan, kepedulian, penyantunan, pemberdayaan dan peningkatan yang memiliki keterkaitan dengan kehidupan umat manusia,⁴ oleh karena itu kegiatan filantropi memiliki tujuan yang dimaknai sebagai gerakan yang menciptakan kebaikan dan kesejahteraan dan memberikan dampak positif yang nantinya akan menimbulkan kedermawanan kolektif yang dilakukan dalam berbagai bentuk kegiatan yang mendorong perubahan sosial yang mengangkat keluar dari kemiskinan, perwujudan kesejahteraan sosial, keadilan sosial, dan penguatan demokrasi.⁵ Terdapat dua konsep filantropi; yang pertama, rasa rela yang diberikan pihak pemberi yang tidak dituntut apa-apa, yang kedua filantropi sebagai hak, tentang pemberian kebutuhan hidup dari yang memiliki kelebihan materi kepada mereka yang lebih membutuhkan.

Istilah filantropi memiliki kesamaan dengan istilah *Charity* dalam bahasa latin *caritas* berarti cinta tak bersyarat. Namun yang membedakannya yakni *charity* biasanya merujuk pada kegiatan memberikan bantuan kepada seseorang dalam bentuk benda namun condong mengacu pada pemberian skala jangka pendek sedangkan filantropi mengacu pada pemberian yang bersifat jangka panjang yang merujuk pada bantuan kelembagaan, professional dan berkelanjutan.⁶

Dalam ajaran agama filantropi menjadi salah satu unsur yang memperhatikan masalah duniawi terutama masalah kemiskinan. Agama menyediakan dasar moral kemanusiaan dan keyakinan untuk saling berbagi pada komunitas. Hubungan yang baik menciptakan hubungan spiritual antara dorongan pribadi dan masalah public, seperti kemiskinan, bencana alam, dan degradasi kehidupan manusia dan lingkungan. Secara fungsional, kehidupan manusia dipegang perannya dan diatur oleh agama, agama menjadi pedoman manusia dalam menjalani hidup yang utuh sehingga setiap perilaku dan tindakan selalu berpatokan pada tuntutan agama. Dalam beragama urusan akhirat bukan menjadi satu-satunya tujuan yang harus dicapai tetapi juga menyangkut dengan kehidupan sosial yang berhubungan dengan kehidupan duniawi.⁷

⁴ Fuad Hasyim, "Gerakan Filantropi Islam Di Amerika," *Jurnal Online Studi Al-Qur'an* 14, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.21009/jsq.014.1.02>.

⁵ Hilman Latief, "Filantropi Dan Pendidikan Islam Di Indonesia," *Jurnal Pendidikan Islam* 28, no. 1 (2016), <https://doi.org/10.15575/jpi.v28i1.540>.

⁶ Udin Saripudin, "Filantropi Islam Dan Pemberdayaan Ekonomi," *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 4, no. 2 (2016), <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i2.2697>.

⁷ Fitri Hayati and Andri Soemitra, "Filantropi Islam Dalam Pengentasan Kemiskinan," *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 23, no. 2 (2022): 109–21, <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.866>.

Filantropi dalam istilah Arab juga disebut sebagai *al-'ata' al ijtima'i* (pemberian sosial), *al-takaful al insani* (solidaritas kemanusiaan), *'ata' al-khairi* (pemberian untuk kebaikan), *al-birr* (perbuatan baik) dan *sadaqqah* (sedekah). Namun secara umum, filantropi dalam Islam diartikan sebagai kegiatan, baik dilakukan oleh sebuah lembaga maupun komunitas yang tujuannya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat ⁸.

Dinegara-negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam, pendekatan "filantropi Islam" dalam ajaran Islam umumnya mengarah pada bentuk-bentuk amal, yaitu tentang wakaf, zakat, dan sedekah sebagai landasan utama filantropi Islam. Menurut Dwight Burlingame, pada negara Barat yang mayoritas penduduknya bukan beragama Islam, konsep amal dan filantropi tidak selalu berkaitan dengan Islam. Namun pesan tersirat mengenai pesan dari filantropi yang dikenal Islam tersirat pada kata-kata seperti "kebaikan", "kemurahan hati", "cinta umat manusia", dan "kasih sayang".

Filantropi Islam sebagai praktik kedermawan dalam Islam telah berlangsung sejak lama, sehingga telah mampu menjadi salah satu tumpuan penting dalam kehidupan umat Islam. Filantropi sebagai bentuk kesadaran dalam menolong, membantu, peduli yang mendorong kesejahteraan dan kemandirian orang-orang yang membutuhkan (kaum *dhu'afa*). Upaya menyelesaikan permasalahan orang yang membutuhkan tergolong pada bidang ekonomi, kesehatan, sosial dan sebagainya. Istilah filantropi dalam Islam ditunjukkan melalui praktik yang dikenal dengan zakat, infak, dan sedekah. Istilah ini dapat membantu membawa wacana Islam sebagai agama yang dermawanan kedalam sebuah diskursus yang dapat menjangkau isu-isu yang lebih luas. Tidak hanya melihat masalah dari sudut pandang fikih dan etika Islam, melainkan juga berhubungan dengan isu-isu keadilan sosial, kesejahteraan umat, masyarakat madani, kebijakan public, tata kelola yang baik dan manajemen yang professional.

Wujud dan pedoman filantropi Islam bersumber dari al-Qur'an dan Hadits dan melalui perantara itijah dimodifikasi sehingga institusi zakat, infak, dan sedekah muncul. Filantropi Islam berarti pemberian karitas (uang atau barang) yang didasarkan pada keinginan dan kepedulian untuk mempromosikan keadilan sosial dan maslahat bersama bagi masyarakat umum. Jika karitas dihubungkan dengan agama sehingga dalam prakteknya lebih bersifat pada ranah pribadi yang menyangkut pahala dan dosa, maka dalam ranah filantropi maknanya menjadi lebih luas karena tidak lagi berkaitan dengan pahala dan dosa tetapi dekat dengan nilai moral yang dalam polanya bersifat sosial.

Terdapat dua dimensi hubungan yang dikenal dalam Islam, yaitu hubungan manusia dengan penciptanya dan hubungan manusia dengan

⁸ Junia Farma and Khairil Umuri, "Filantropi Islam Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat," *JEIPS* 1, no. 1 (2021).

sesama manusia. Kedua hubungan ini memiliki tujuan untuk mencapai keselarasan dan kemantapan hubungan dengan penciptaNya, sesama manusia, dirinya sendiri bahkan pada lingkungan sekitarnya. Hubungan yang tercipta dengan baik tersebut akan menjadi jalan untuk mencapai kesejahteraan baik di dunia dan akhirat. Kesejahteraan tersebut tidak hanya diperoleh melalui hubungan manusia dengan penciptaNya seperti; melaksanakan kewajiban salah lima waktu, puasa, dan haji tetapi harus juga dibarengi dengan hubungan manusia dengan sesamanya yang berdimensi sosial seperti kewajiban mengeluarkan Zakat atau dengan istilah modern dikenal dengan filantropi.

Filantropi diajarkan umat Islam agar harta kekayaannya mereka tidak hanya berputar diantara orang-orang kaya sehingga kesejahteraan dapat dirasa oleh semua kalangan. Ketika membahas tentang filantropi, al-Qur'an sering menggunakan istilah zakat, infak, dan sedekah.

1. Zakat

Zakat secara bahasa memiliki makna suci, tumbuh, berkah dan terpuji. Sedangkan secara istilah berarti suatu ibadah wajib yang dilakukan dengan memberikan sebagian harta dengan kadar tertentu dari harta sendiri kepada orang yang berhak menerima sesuai dengan ketentuan syariat Islam⁹, dalam hal ini berarti zakat hanya dapat berupa harta yang berwujud materil bukan berpatokan pada nilai fungsional, seperti memberikan hak menempati rumah bagi orang miskin sebagai zakat.

Dari waktu ke waktu konsep zakat tidak mengalami perubahan yang signifikan secara harfiah. Hal yang membedakan hanya pada masalah operasional pengumpulan dan penyaluran dana zakat, pada konsep fikih disebutkan bahwa sistem zakat berusaha media penghubung pihak muzakki dengan pihak mustahiq. Mulanya banyak yang sepakat bahwa zakat merupakan sebuah bentuk "kewajiban" yang harus dijalankan umat Islam yang harus ditunaikan apabila telah mencapai *nishab* tertentu bukan sebuah bentuk "kedermawanan", meskipun kini akademisi Indonesia kini memasukkan kewajiban zakat pada filantropi Islam, hal ini didasarkan pada moralitas dan juga zakat masih ditunaikan dengan kesadaran dan kerelaan individu tanpa sangsi sosial yang tidak menunaikannya.

Zakat sebagai instrument pemerataan pendapatan dan kekayaan melalui tindakan sosial yang didukung kuat oleh agama untuk membantu masyarakat baik itu berupa individu atau sosial yang mengalami kesulitan dan tidak beruntung yang tidak mampu berdiri sendiri untuk lepas dari

⁹ Makhrus Makhrus, Wage Wage, and A Sulaeman, "Pemberdayaan Masyarakat Dengan Pendekatan Qaryah Tayyibah Pada Desa Datar Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas," *Warta LPM* 24, no. 3 (2021), <https://doi.org/10.23917/warta.v24i3.12080>.

penderitaan sehingga kemiskinan dari masyarakat dapat dihapuskan. Zakat memiliki implikasi pada pencapaian tujuan akhirat bukan semata-mata kegiatan yang bertujuan pada pencapaian duniawi. Hal ini yang membedakan kebijakan fiskal dalam Islam dengan kebijakan fiskal dalam sistem ekonomi pasar.

Zakat sebagai ibadah mengandung hikmah dan manfaat yang begitu besar bagi pemberi penerimanya, harta yang dikeluarkan, maupun bagi masyarakat secara umum. Faedah dan manfaat zakat tersebut diantaranya: a) wujud keimanan kepada Allah Swt, bentuk mensyukuri nikmatNya, melalui kemanusiaan yang tinggi dapat menumbuhkan akhlak yang mulia; b) memberi kesempatan bagi penerima zakat, terutama fakir miskin untuk merasakan kehidupan yang lebih baik yang layak dan sejahtera, secara tidak langsung mempermudah dalam beribadah kepada Allah Swt.; c) sebagai jalan untuk beramal bagi orang-orang berkecukupan hidupnya serta menjadi bentuk jaminan sosial yang disyariatkan oleh ajaran Islam; d) tercapainya pembangunan umat Islam; e) panduan etika bisnis yang benar; f) media pemerataan pendapatan; dan g) memotivasi umat Islam untuk giat bekerja sehingga memiliki bekal beribadah.

2. Infak

Kata infak berarti hal menafkahkan, membelanjakan, dan berarti pula mengeluarkan sesuatu untuk kepentingan sesuatu yang dikeluarkan secara sukarela oleh seseorang. Secara terminology syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian harta untuk suatu kebaikan yang diperintahkan oleh Allah Swt. dan sebagai bentuk rasa syukur atas nikmat atau rezeki yang diberikan Allah Swt. kepada dirinya. Infak berarti tindakan memberi kepada orang lain untuk menutupi kebutuhan orang lain tersebut yang didasarkan ikhlas pada Allah. Infak tidak memiliki ketentuan nisab, sehingga infak berlaku bagi setiap orang beriman yang memiliki penghasilan baik yang tinggi ataupun yang rendah dan disaat lapang ataupun sempit. Hal ini berbeda dengan zakat yang memiliki ketentuan harus diberikan kepada mustahik tertentu, infak boleh diberikan kepada siapa saja.

Orang beriman memiliki dua kewajiban yang dibebankan kepada fakir miskin. Pertama, memberi makan dan merawatnya jika ia sanggup. Kedua, mengajak orang lain untuk menyantuni orang miskin jika ia termasuk orang yang hidup pas-pasan, jika tidak mereka termasuk dalam golongan orang pendusta agama¹⁰. Infak/Sedekah hukumnya sunnah bukan wajib, yang dibeikan secara sukarela yang peruntukannya dibatasi atau ditentukan maupun tidak dibatasi.

Islam mengajarkan umatnya untuk memberi dengan suka cita yang dibarengi dengan niat berbuat kebajikan dan keikhlasan melalui cara-cara

¹⁰ Saripudin, "Filantropi Islam Dan Pemberdayaan Ekonomi."

yang baik. Infak tidak memiliki ketentuan mengenai penerimanya, penerimannya bisa diberikan kepada siapa pun misalnya orang tua, kerabat, anak yatim, orang miskin, ataupun orang-orang yang sedang dalam perjalanan. Infak merupakan amalan mulia yang disukai oleh Allah jika dilaksanakan dengan ikhlas semata-mata karena Allah, maka akan memperoleh pahala yang baik di akhirat kelak.

3. Sedekah

Sedekah berarti pemberian seseorang secara ikhlas kepada yang berhak menerimanya yang diiringi pahala dari Allah sehingga sedekah memiliki arti yang lebih luas. Sedekah tidak memiliki ketentuan jumlah dan sasaran penggunaannya, yaitu semua kebaikan yang diperintahkan oleh Allah SWT. Wujud sedekah tidak terbatas hanya pada hal material berupa uang ataupun barang tetapi dapat juga berupa hal non-material yaitu dengan memberi nasihat, melaksanakan amar ma'ruf nahyi munkar, mendamaikan yang berseteru, membaca rasbi, tahmid, tahlil, dan sebagainya.

Menurut Fuqaha, sedekah dalam arti *sadaqah at-tatawwu'* berbeda dengan zakat. Sedekah lebih dianjurkan untuk dilakukan secara diam-diam dibandingkan diberikan secara terang-terangan dalam arti diberitahukan kepada khalayak umum ¹¹. Lebih diutamakan memberi sedekah kepada kerabat atau saudara terdekat sebelum diberikan kepada orang lain. Dan sebaiknya diberikan kepada orang-orang yang benar-benar membutuhkan bantuan.

Terdapat tiga konsep utama mengenai filantropi yang mengakar kuat dalam al-Qur'an dan hadis, yaitu mengenai kewajiban agama, moralitas agama dan keadilan sosial. Konsep pertama menjadi panduan umum, konsep kedua berkaitan dengan moralitas sosial, dan konsep terakhir selaras dengan inti tujuan dari filantropi agama yaitu keadilan sosial. Aspek pertama, berfilantropi didasari atas kewajiban untuk membayar zakat yang merupakan salah satu kewajiban agama Islam. Karena zakat merupakan salah satu Rukun Islam. Sanksi moral yang diterima terhadap perilaku kikir serta serakah sebagian besar berhubungan dengan ayat-ayat riba, menimbun kekayaannya sendiri serta menutup mata dari orang-orang yang membutuhkan bantuan. Aspek kedua, moralitas. Didasari pada keharusan dalam membayar zakat dalam hal ini menekankan penting berbagi yang melampaui nilai ritualitas. Derma merupakan bentuk keimanan seseorang

¹¹ Anang Wahyu Eko, "Filantropi Islam Sebagai Stabilitas Kehidupan," *Transformasi : Jurnal Studi Agama Islam* 10, no. 1 (2017).

kepada sang Pencipta yang melebihi bentuk tanggung jawab yang dimilikinya. Tanda-tanda kesalehan seseorang dapat dinilai dari tindakan-tindakan kemurahan hati. Aspek ketiga, keadilan sosial, yang telah tercantum dalam al-Qur'an terutama dalam hal yang mencakup hak-hak masyarakat miskin untuk menerima bantuan (QS 51:19 dan 17:26), sehingga pemerataan ekonomi dapat terwujud sekaligus bentuk pendistribusian kekayaan antara yang kaya dan miskin. Hak-hak yang dimiliki orang-orang kurang berkecukupan menjadi alasan bagi masyarakat miskin untuk memperoleh bantuan, sedangkan untuk orang kaya agar memupuk kesadaran berbagi kepada mereka yang membutuhkan. Melalui kegiatan filantropi ini semakin menunjukkan gagasan bahwa kekayaan hanya milik Allah SWT. dan manusia sebagai makhluk yang ditempati untuk menitipkan harta milik Allah SWT. memiliki tanggung jawab untuk mengelolanya dengan baik.

Kegiatan filantropi Islam tidak hanya berputar pada kegiatan memberi dan menerima bantuan, tetapi bagaimana aturan yang telah ditetapkan oleh Islam dapat tersampaikan dengan baik melalui kegiatan filantropi tanpa ada yang perlu diabaikan. Karena didalam Islam jelas menegaskan tentang kelompok-kelompok yang berhak menerima, bentuk pemberian dan lainnya mengenai ketentuan dalam melaksanakan filantropi. Filantropi Islam memiliki sasaran ganda, yaitu perubahan individual dan perubahan kolektif. Pertama, mengubah individu menjadi manusia peduli lebih dari sekedar memberi, dan kedua, mengubah tatanan sosial atau kolektif untuk membangun kultur tanggung jawab sosial dan kesejahteraan bersama.

b. Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content* ¹². Jejaring sosial menjadi situs yang dapat diakses oleh setiap orang kemudian saling terhubung untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi.

Media sosial didefinisikan sebagai sebuah website yang mengijinkan seseorang untuk membuat profil dirinya dan memungkinkan untuk menjalin hubungan dengan sesama pengguna, aplikasi berbasis website ini menyediakan provider yang berfungsi untuk saling berbagi, berhubungan,

¹² Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons* 53, no. 1 (2010), <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.

berkelompok, dan berkomunikasi.¹³ Sebagai sistem informasi, social terbentuk dengan satu kesatuan dengan internet, teknologi komputer dan komunikasi, secara tidak langsung membentuk kepercayaan ideologi tentang bagaimana seharusnya informasi diciptakan, diterima, dan dibagikan.

Berada pada era generasi alpa secara tidak langsung menunjukkan kedekatan yang lebih erat dengan teknologi. Di era ini segala aspek kehidupan manusia telah hidup berdampingan dengan teknologi sehingga tidak mengherankan jika teknologi menjadi kebutuhan yang wajib dipenuhi saat ini. Kehadiran dan perkembangan teknologi internet hadir dengan model dan konten yang semakin bervariasi. Kemudian menjadi sangat mungkin untuk memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini terkhusus media sosial dalam pengelolaan filantropi sebagai wadah penghubung.

Kehadiran medial sosial menjadi ruang baru yang secara virtual menjadi wadah untuk membangun solidaritas dan kepedulian yang memberikan pengaruh positif dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat. Berbagai gerakan yang dilakukan melalui pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh komunitas dan Lembaga filantropi Islam, kegiatan mereka tidak hanya tentang melakukan penggalangan donasi dan kemudian menyalurkannya, tetapi turut memberikan edukasi dan evaluasi pentingnya filantropi Islam dalam bentuk gerakan. Kini dengan adanya kemudahan yang dapat dilakukan melalui berbagai media dan multi ruang yang memungkinkan gerakan yang lebih kreatif dan adaptif untuk menarik keterlibatan masyarakat dalam berfilantropi.

Dalam pembahasan ini, akses media digital yang dibahas adalah media sosial sebagai media penyampaian informasi dengan jangkauan skala yang lebih luas. Melalui media sosial sangat memungkinkan untuk menciptakan konten bervariasi yang nantinya akan dikonsumsi secara umum. Menurut Van Dijk, media sosial adalah sebuah wadah yang menunjukkan eksistensi para penggunanya, sehingga media sosial memberikan fasilitas kepada para penggunanya untuk beraktivitas dan juga saling berkolaborasi. Melalui sosial media, penggunanya dapat melakukan berbagai bentuk kegiatan mulai dari mengunggah konten bervariasi, kolaborasi, promosi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti, Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter, Youtube, dan lainnya.

Penggunaan media sosial sebagai sarana sosialisasi program-program komunitas filantropi islam merupakan variasi promosi program komunitas sehingga dapat diketahui oleh publik secara lebih luas. Hal ini memungkinkan karena media sosial seperti, facebook, twitter, Instagram, tiktok, dan lain-lain merupakan platform jejaring sosial yang memiliki jutaan pengguna yang mampu menghubungkan sesama penggunanya dengan

¹³ Maxim Wolf, Julian Sims, and Huadong Yang, "Social Media? What Social Media?," *UK Academy for Information Systems Conference Proceedings* 2018, 2017.

skala yang lebih luas. Melalui media sosial, komunitas filantropi mencoba bersikap transparan dengan membagikan rencana kegiatan filantropi sebagai wujud keinginan mereka untuk ikut melibatkan penggunaan media sosial, dengan begitu pengguna media sosial akan merasa diandalkan dan kepercayaan donator dapat terbentuk serta secara tidak menimbulkan niat untuk ikut bergabung. Selain itu juga menjadi media sosialisasi yang memungkinkan bagi pengguna media sosial ikut bergabung dalam kegiatan filantropi.

Mulanya gerakan filantropi berbasis media sosial secara kelembagaan merupakan komunitas filantropi yang mampu mengadakan penggalangan donasi, pengelolaan, dan penyaluran melalui sedekah dan dana kemanusiaan. Lama kelamaan gerakan filantropi berbasis media sosial semakin berkembang besar, dibarengi dengan semakin besarnya respon dan dukungan masyarakat untuk ikut berdonasi, menjadi relawan, dan ikut membagikan informasi oleh komunitas filantropi tersebut. Berbagai upaya dilakukan komunitas filantropi berbasis media dalam memperluas skala gerakannya salah satu dengan berbagai *stakeholders*, mengoptimalkan bentuk sosialisasi dengan memanfaatkan tagar (*hashtag*), hingga melibatkan tokoh public agar mampu meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan masyarakat khususnya pengguna media sosial.

Lembaga filantropi merupakan lembaga yang membantu masyarakat dalam mengelola zakat untuk disalurkan kepada pihak yang berhak menerima zakat. Lembaga filantropi adalah lembaga yang secara sukarela untuk kepentingan masyarakat. Salah satu Lembaga/komunitas filantropi Islam yang secara aktif dan kreatif memanfaatkan media sosial sebagai media dalam melakukan penggalangan dan penyaluran donasi filantropi oleh kitabisa.com. Komunitas filantropi Islam berbasis media sosial ini secara serentak dilakukan menjadi gerakan filantropi Islam yang mengambil peran dengan cara yang bervariasi, edukatif, dan kreatif untuk membantu kaum dhuafa secara suka rela, maka dengan adanya komunitas berbasis media sosial ini akan sangat memberi kemudahan lembaga/komunitas filantropi Islam yang sudah bergerak secara profesional dalam mengoptimalkan pengumpulan dan penyaluran donasi dari donator.

c. Platform Crowdfunding KitaBisa.com

KitaBisa.com didirikan oleh Muhammad Alfatih Timur atau yang biasa dipanggil Timmy pada tahun 2013. Platform kitabisa.com yang berdiri sejak 2013 awalnya hanya berupa *start-up* yang menghubungkan donator dengan pihak yang membutuhkan bantuan dengan mendirikan *platform crowdfunding* yang merupakan pola kampanye yang sangat kreatif. Crowdfunding dikenal sebagai kegiatan pengumpulan dukungan dan pendanaan untuk suatu inisiatif proyek atau organisasi, yang berasal dari banyak orang, yang biasanya berupa kontribusi finansial yang dilakukan melalui internet.

Terdapat tiga pihak yang terlibat dalam teknik *crowdfunding* yaitu pemilik proyek, pemberi dana, dan penyedia platform.

Secara kelembagaan KitaBisa.com dikelola oleh PT Kita Bisa Indonesia bersama dengan Yayasan Kita Bisa sebagai *platform* penggalangan dana dan donasi secara daring sementara dasar operasional layanan penggalangannya berdasarkan pada keputusan Menteri Sosial Republik Indonesia No. 1192/HUK-PS/2017 tentang Izin Penyelenggaraan Pengumpulan Sumbangan kepada Yayasan Kita Bisa. KitaBisa.com berjalan secara daring untuk mengumpulkan ide dan donasi kemanusiaan. KitaBisa.com berfokus pada kegiatan sosial yang menjadi penghubung pihak yang memiliki akses dan sumber daya lebih baik dengan pihak yang memiliki ide, program, dan wawasan yang bisa membantu memecahkan masalah sosial yang ada, dengan begitu KitaBisa.com menjadi *platform* urun dana yang tidak menyalurkan dana secara langsung dan hanya sebagai media perantara yang menyediakan wadah tersebut untuk melakukan penggalangan dana secara daring melalui campaign. Keberhasilan proyek kampanye ditentukan oleh faktor konten, luas jaringan, dan upaya dari pihak penggalang dana.

Oleh karena itu KitaBisa.com memberikan fasilitas jembatan kebaikan dan wadah gotong royong kepada NGO Global, Yayasan global, komunitas, mahasiswa, *publicfigure*, hingga individu yang ingin melakukan penggalangan dana yang bertujuan untuk kepentingan sosial saling bergotong royong untuk menciptakan hubungan kebajikan dan memajukan Indonesia. KitaBisa.com sebagai *platform* menyediakan bentuk kampanye yang dapat dilakukan dalam beberapa variasi kampanye seperti untuk biaya pengobatan atau perawatan penyakit tertentu, bantuan Pendidikan, bencana alam, difabel, infrastruktur umum, karya kreatif dan modal usaha, kegiatan sosial, kemanusiaan, lingkungan, menolong hewan, panti asuhan, pelari baik, dan rumah ibadah.

Untuk melakukan proses kampanye atau penggalangan dana dapat dengan mengunjungi laman *website* KitaBisa.com dengan langkah sebagai berikut:

- a. *Log in* ke akun KitaBisa.com dengan akun yang telah didaftarkan.
- b. Memilih tombol galang dana.
- c. Memilih jenis galang dana.
- d. Mengisi data galang danamu secara lengkap.
- e. KitaBisa.com akan melakukan evaluasi dan validasi.
- f. Proyek yang lolos seleksi, maka akan mendapatkan notifikasi dan masa kampanye proyek bisa dimulai dengan mengajak teman-teman, keluarga dan masyarakat secara offline atau online.
- g. Setelah proyek selesai terdani, maka pelaksanaan proyek bisa dimulai.

Evaluasi terhadap seluruh program yang telah dijalankan merupakan tahap yang tidak kalah penting setelah pengumpulan dana dan penyaluran dana yang dikumpulkan komunitas maupun lembaga filantropi Islam secara umum, sebab dengan melalui evaluasi akan memberi ruang koreksi terhadap program yang telah berjalan yang bertujuan untuk memberikan solusi, arah dan inovasi terhadap program yang dijalankan sehingga program dapat dijalankan semaksimal mungkin dan manfaat yang ingin diberikan kepada para kaum *dhuafa* dapat tersampaikan.

Pada penerapannya KitaBisa.com tidak hanya mengandalkan *website* sebagai satu-satunya *platform* yang digunakan untuk mempromosikan kampanye donasi, tetapi mencari alternatif lain yang mampu memperluas jangkauan promosi kampanyenya melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, Youtube, dan lainnya. Tidak berhenti sampai disitu, KitaBisa.com juga menyiapkan *tagline* "*situs gotong royong untuk seluruh #orangbaik Indonesia, #menghubungkan kebaikan*". Adanya pemanfaatan media sosial memberikan ruang yang lebih luas terhadap aktivisme lembaga/komunitas filantropi Islam untuk mendorong tercapainya tujuan dari program yang dijalankan yang kemudian diakses oleh pengguna media sosial dari seluruh dunia tanpa adanya keterbatasan ruang dan waktu.¹⁴

d. Social Media Marketing

Walaupun *Platform crowdfunding* Kitabisa.com telah menyediakan wadah untuk berpartisipasi dalam berdonasi tetapi masih diperlukan *social media marketing* untuk menarik penggunaanya agar ikut andil terlibat dalam kegiatan filantropi sehingga tujuan dari filantropi dapat tercapai. Semakin banyak yang mengenal dan mengetahui adanya kegiatan filantropi akan meningkatkan partisipan. Strategi yang dilakukan dapat berupa mempublikasikan tulisan mengenai maksud dan tujuan dari kegiatan filantropi serta meyakinkan konten yang bervisual menarik untuk menarik perhatian pengguna sosial media untuk ikut berpartisipasi didalamnya. Filantropi social media marketing telah dikategorikan menjadi enam dimensi yaitu, kepedulian, interaksi, ketepatan waktu, informatif, kustomisasi, dan iklan.¹⁵

Kepedulian

Perlu untuk membangun kepedulian penggunaan media sosial media dalam *social media marketing* karena hal tersebut merupakan komponen

¹⁴ Makhrus, *Dinamika Dan Aktivisme Filantropi Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, Lampung Post, 2018.

¹⁵ Yusuf Bilgin and Önder Kethüda, "Charity Social Media Marketing and Its Influence on Charity Brand Image, Brand Trust, and Donation Intention," *Voluntas* 33, no. 5 (2022), <https://doi.org/10.1007/s11266-021-00426-7>.

esensial dari berfilantropi. Membangun kepedulian termasuk memberikan wawasan kepada pengguna media sosial terkait kegiatan filantropi yang sedang dijakankan serta tujuan dari kegiatan filantropi untuk memperoleh dukungan dan menarik perhatian penggunaan sosial kepada orang-orang yang membutuhkan. perlu digarisbawahi bahwa social media bukanlah alat penggalangan dana tetapi sarana untuk menciptakan kesadaran berfilantropi.

Interaksi

Membangun kepedulian harus dibarengi dengan interaksi antara penerima donor dan donatur atau sesama donatur untuk saling berbagi informasi dan berbagi serta bertukar ide melalui social media. Social media menyediakan komunitas yang lebih besar yang dapat dijangkau oleh berbagai kalangan, berbagai daerah, dan bersifat *real-time*.

Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu dimaksud dengan memperbaharui informasi dan membagikan informasi terbaru dan paling akhir tentang kegiatan filantropi. Informasi terkini yang tersedia secara tidak langsung akan membentuk dan menjaga kepercayaan para donatur serta menjaga komunikasi mereka dengan donatur tetap terjaga dengan memberikan informasi terbaru tentang kebutuhan dan kegiatan. Oleh karena itu ketepatan waktu sangatlah penting.

Informatif

Informatif berarti memberikan informasi yang bersifat menerangkan informasi yang akurat, praktis, dan menyeluruh mengenai kegiatan filantropi kepada para pengguna media sosial. Informasi dapat berupa pemberitahuan kepada donatur tentang telah seberapa jauh kegiatan telah dilakukan, kebutuhan apa yang diperlukan, dan kegiatan yang akan dilakukan dimasa depan. Informasi tidak hanya berupa tulisan yang *di-upload* di social media tetapi dapat berupa gambar, video, dan reaksi orang-orang yang membutuhkan untuk tujuan informasi dan motivasi. Melalui variasi konten tersebut dapat memungkinkan calon donatur menaruh empati dengan orang-orang yang membutuhkan dan membangun ikatan emosional dengan badan amal.

Kustomisasi

Kustomisasi berkaitan seberapa baik badan amal berkomunikasi dengan pengguna social media terutama para pendonor. Hal ini berkaitan dengan bagaimana mereka menjaga minat, keingintahuan, dan kekhawatiran mereka secara individu. Social media sangat menyediakan fasilitas kustomisasi yang sangat bervariasi untuk meningkat minat dan sebagai bentuk strategi memperluas daerah *marketing* mereka. Menyukai, berbagi, berbagi tautan, dan mengunggah foto dan video ke social media dari para

donator mengenai kegiatan filantropi sangat berharga pada kredibilitas, kepercayaan pada aman, dan publisitas.

Iklan

Iklan berfungsi untuk menarik perhatian dan memotivasi para calon donator. Lembaga filantropi dapat melakukan kampanye periklanan yang efektif dengan memberikan cerita individu kepada pengikut mereka tentang bagaimana donasi mereka dapat memberikan perubahan kearah yang lebih baik bagi kehidupan orang-orang yang membutuhkan.

Selain dari 6 dimensi *social media marketing* diatas. Kita juga dapat memanfaatkan keberadaan *publicfigure* yang ikut memberikan dukungannya terhadap kehadiran aplikasi *crowdfunding* serta ikut memberika konstribusi dengan mengajak pengguna media cukup membantu memperbesar dan mempercepat masyarakat mengetahuinya. *Publicfigure* dikenal karena memiliki *followers* yang banyak yang nantinya akan mempermudah dalam *marketing* kegiatan filantropi. *Trending topic* di media sosial biasanya diisi oleh kalangan yang memiliki banyak *followers*, dengan memanfaatkan kemungkinan tersebut keberhasilan program menjadi *trending topic* di media sosial akan memberikan keuntungan kepada lembaga/komunitas filantropi karena lebih mudah bagi pengguna untuk mengetahui dan mengakses informasi mengenai kegiatan filantropi dan hal tersebut dapat berarti telah mendapat respon positif dari para pengguna media sosial.

Meningkatnya kesadaran berderma dalam berbagai bentuk donasi diharapkan dapat tercapai dengan berbagai usaha yang dilakukan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam yang terus membenahi program dan laporan yang menyesuaikan dengan budaya pengguna media sosial yang identik dengan kreatif, fleksibel dan mudah diakses.

4. KESIMPULAN

Filantropi sebagai bentuk kesadaran dalam menolong, membantu, peduli yang mendorong kesejahteraan dan kemandirian orang-orang yang membutuhkan (kaum *dhuafa*). Upaya menyelesaikan permasalahan orang yang membutuhkan tergolong pada bidang ekonomi, kesehatan, sosial dan sebagainya. Berbagai kegiatan filantropi sebagai bentuk gerakan kemanusiaan yang dibarengi perkembangan teknologi terkhusus pada media sosial yang memberikan banyak kemudahan untuk mewujudkan cita-cita kemanusiaan yang memberikan kesejahteraan bagi semua orang. Kehadiran medial sosial menjadi ruang baru yang secara virtual menjadi wadah untuk membangun solidaritas dan kepedulian yang memberikan pengaruh positif dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat. Berbagai gerakan yang dilakukan melalui media sosial oleh komunitas dan lembaga filantropi Islam, kegiatan mereka tidak hanya tentang melakukan penggalangan donasi dan

menyalurkannya, tetapi turut memberikan edukasi dan evaluasi pentingnya filantropi Islam dalam bentuk gerakan.

KitaBisa.com sebagai *platform crowdfunding* berfokus pada kegiatan sosial yang menjadi penghubung pihak yang memiliki akses dan sumber daya lebih baik dengan pihak yang memiliki ide, program, dan wawasan yang bisa membantu memecahkan masalah sosial yang ada, dengan begitu KitaBisa.com menjadi *platform* urun dana yang tidak menyalurkan dana secara langsung dan hanya sebagai media perantara yang menyediakan wadah tersebut untuk melakukan penggalangan dana secara daring melalui *campaign*.

5. REFERENSI

- Amar, Faozan. "Implementasi Filantropi Islam Di Indonesia." *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam* 1, no. 1 (2017). https://doi.org/10.22236/alurban_vol1/is1pp1-14.
- Bilgin, Yusuf, and Önder Kethüda. "Charity Social Media Marketing and Its Influence on Charity Brand Image, Brand Trust, and Donation Intention." *Voluntas* 33, no. 5 (2022). <https://doi.org/10.1007/s11266-021-00426-7>.
- Eko, Anang Wahyu. "Filantropi Islam Sebagai Stabilitas Kehidupan." *Transformasi : Jurnal Studi Agama Islam* 10, no. 1 (2017).
- Farma, Junia, and Khairil Umuri. "Filantropi Islam Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat." *JEIPS* 1, no. 1 (2021).
- Hasyim, Fuad. "Gerakan Filantropi Islam Di Amerika." *Jurnal Online Studi Al-Qur'an* 14, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.21009/jsq.014.1.02>.
- Hayati, Fitri, and Andri Soemitra. "Filantropi Islam Dalam Pengentasan Kemiskinan." *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 23, no. 2 (2022): 109–21. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.866>.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53, no. 1 (2010). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Kasdi, Abdurrohman. "Filantropi Islam Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat (Model Pemberdayaan ZISWAF Di BMT Se-Kabupaten Demak)." *IQTISHADIA Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 9, no. 2 (2016). <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v9i2.1729>.
- Latief, Hilman. "FILANTROPI DAN PENDIDIKAN ISLAM DI INDONESIA." *Jurnal Pendidikan Islam* 28, no. 1 (2016). <https://doi.org/10.15575/jpi.v28i1.540>.
- Makhrus. *Dinamika Dan Aktivisme Filantropi Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Lampung Post, 2018.
- Makhrus, Makhrus, Wage Wage, and A Sulaeman. "Pemberdayaan Masyarakat Dengan Pendekatan Qaryah Tayyibah Pada Desa Datar Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas." *Warta LPM* 24, no. 3

- (2021). <https://doi.org/10.23917/warta.v24i3.12080>.
- Saripudin, Udin. "FILANTROPI ISLAM DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI." *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 4, no. 2 (2016). <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i2.2697>.
- Wolf, Maxim, Julian Sims, and Huadong Yang. "Social Media? What Social Media?" *UK Academy for Information Systems Conference Proceedings 2018*, 2017.
- Yustati, Herlina. "EFEKTIFITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PERSUASI FILANTROPI ISLAM BAGI MAHASISWA." *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.29300/aij.v5i1.1712>.