

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia memiliki penduduk yang mayoritas menganut agama Islam. Dalam ajarannya, umat Islam telah memiliki konsep mengenai praktek filantropi yang telah menjadi kegiatan keagamaan dalam bentuk Zakat, Infak, Shodaqoh dan Waqaf (ZISWAF) dan berbagai jenis pemberian lainnya (Latief, 2010: 42). Secara umum, definisi dari filantropi adalah tindakan sukarela untuk kepentingan publik (*voluntary action for the public goods*) (Bamualim dan Abubakar, 2005: 4). Dalam ajaran Islam, pengertian zakat, infak dan sedekah (ZIS) sering digunakan secara bergantian untuk maksud yang sama yaitu kegiatan berderma (Bamualim dan Abubakar, 2005: 6). Setiap individu memiliki cara tersendiri untuk mengekspresikan sikap dermawan yang tidak bisa hanya diukur secara finansial, namun juga dari dedikasi dalam meluangkan waktu untuk mengabdikan pada institusi, menyumbangkan pikiran untuk kebaikan bersama, dan menyisihkan tenaga untuk menjadi relawan dalam sebuah komunitas (Latief, 2010: 42).

Kegiatan filantropi oleh para dermawan selain dapat dilakukan secara individu juga dapat dilakukan melalui perantara. Perantara berfungsi untuk menggalang dukungan dan pendanaan dari pihak lain

kemudian disalurkan kepada penerima. Perantara kegiatan filantropi umumnya adalah sebuah lembaga atau organisasi. Dewasa ini, sudah banyak lembaga yang berdiri sebagai perantara kegiatan filantropi dalam bentuk Badan Amil Zakat (BAZ) yang dibentuk oleh pemerintah, Lembaga Amil Zakat (LAZ), maupun lembaga yang dibentuk di bawah naungan organisasi sosial ataupun sekedar komunitas sosial. Lembaga atau komunitas ini menggalang dana dari para donatur (*muzakki*) dengan berbagai cara untuk menunjang program-program sosialnya. Dengan penggalangan dana, suatu lembaga atau organisasi bisa terus tumbuh dan konsisten dalam menjalankan program hingga ke masa depan. Komunikasi yang interaktif diperlukan oleh lembaga filantropi atau komunitas sosial kepada masyarakat agar tingkat kepercayaan masyarakat semakin tinggi, sehingga dana yang dapat dihimpun semakin banyak untuk didistribusikan. Apabila tingkat kepercayaan masyarakat kepada pihak lembaga atau komunitas rendah, dapat membuat dana yang terhimpun oleh lembaga atau komunitas semakin sedikit sehingga lembaga atau komunitas menjadi kurang maksimal dalam menjalankan program-programnya.

Perlu adanya manajemen dalam mempromosikan program-program yang dilakukan dan transparansi kegiatan oleh lembaga filantropi atau komunitas sosial agar masyarakat lebih mempercayai bahwa dana yang mereka berikan telah tepat sasaran dan tidak disalahgunakan untuk kepentingan internal lembaga filantropi atau organisasi sosial tersebut.

Berbagai cara telah dilakukan oleh lembaga filantropi maupun organisasi sosial di Indonesia untuk mendapatkan *muzakki* (donatur) dalam penghimpunan dana dan keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan kerelawanan saat pengelolaan dan pendistribusian dana yang telah terkumpul, salah satunya melalui teknologi informasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat pesat terutama sejak internet mulai dikenal masyarakat. Kementerian Komunikasi dan Informatika (KEMKOMINFO) dalam situs resminya mengatakan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014 telah mencapai 82 juta orang dan dengan pencapaian tersebut, Indonesia menduduki peringkat ke delapan untuk jumlah pengguna internet di dunia. Dari jumlah pengguna internet tersebut, 80% diantaranya berasal dari usia remaja yaitu 15-19 tahun. Masyarakat berusia remaja pada umumnya menggunakan internet untuk mengakses media sosial.

Pada masa sekarang, internet maupun media sosial bukan hanya digunakan oleh usia remaja, namun berbagai kalangan usia telah menggunakan internet dan memiliki berbagai macam akun di media sosial. Kegunaan media sosial yang awalnya hanya sebagai sarana untuk membangun profil diri dan komunikasi jarak jauh antar perseorangan atau suatu kelompok, sekarang telah menjadi ajang promosi bisnis, penyebaran berita dan pengenalan suatu lembaga atau komunitas kepada masyarakat. Promosi yang pada mulanya menggunakan media massa seperti koran dan majalah, media elektronik seperti radio dan televisi, ataupun media visual

seperti baliho, pamflet dan poster pun kini sudah mulai berkurang dan bergeser pada penggunaan media sosial karena segala macam informasi yang perlu untuk dibagikan kepada masyarakat dapat dengan mudah dan cepat *diposting* ke media sosial.

Penggunaan media sosial yang semakin pesat ini kemudian menjadi *trend* karena akses informasi menjadi cepat disampaikan, cepat diterima, murah, mudah, efektif serta bisa dilakukan kapanpun dimanapun tanpa banyak membuang waktu dan tenaga. Maka dari itu mulailah bermunculan berbagai lembaga maupun komunitas sosial baik yang berbasis keuntungan (*profit*) maupun tanpa mengambil keuntungan (*non profit*) yang mengandalkan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Media sosial digunakan untuk mengenalkan profil lembaga atau komunitas serta visi dan misinya. Lembaga atau komunitas yang bergerak dibidang filantropi pun turut menggunakan media sosial untuk membangun *image* lembaga dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan dengan menjadi relawan atau memberikan pendanaan. Contoh lembaga filantropi yang telah aktif menggunakan media sosial adalah Rumah Zakat dan Dompot Dhuafa.

Akun media sosial dari lembaga tersebut mendapat cukup banyak respon positif dari masyarakat dilihat dari banyaknya *followers* di Twitter dan jumlah teman/*fans* di Facebook. Seiring dengan keaktifan lembaga dalam membagikan kegiatannya, kesadaran berderma dari masyarakat pun ikut bertambah. Setiap harinya, akun-akun tersebut membagikan berbagai

konten islami seperti kutipan-kutipan motivasi atau potongan hadist dan terjemahan ayat Al Qur'an. Akun media sosial lembaga tersebut juga membagikan dokumentasi kegiatan sehingga menimbulkan kepercayaan masyarakat bahkan dapat menarik masyarakat untuk ikut serta dalam pelaksanaan program dengan menjadi relawan pada pengelolaan dan pendistribusian dana. Sedangkan untuk menarik donatur baru, lembaga mengunggah laporan periodik mengenai rincian biaya pemasukan dan pengeluaran serta bentuk realisasi program kegiatan ke *website* dan media sosial agar lebih mudah diakses oleh masyarakat sehingga kepercayaan antara masyarakat kepada pihak lembaga tetap terjaga.

Dengan demikian, penggunaan media sosial sangat efektif untuk menunjang keberhasilan program-program lembaga filantropi. Media sosial dapat digunakan untuk menarik donatur maupun relawan lebih banyak lagi karena tingkat kepercayaan masyarakat menjadi lebih tinggi dengan adanya dokumentasi kegiatan yang langsung dapat diakses dan transparansi laporan keuangan yang diunggah secara periodik.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian terhadap masalah tersebut dan oleh sebab itu, penulis mengangkat tema penelitian dengan judul **“PENGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA LEMBAGA FILANTROPI ISLAM DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT DAN PENGGALANGAN DANA”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijabarkan oleh penulis, dapat ditarik pokok pembahasan penelitian dengan rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana lembaga filantropi Islam menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan kegiatannya?
2. Bagaimana penggunaan media sosial oleh lembaga filantropi Islam dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan penggalangan dana?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana lembaga filantropi Islam menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan kegiatannya.
2. Mengetahui bagaimana penggunaan media sosial oleh lembaga filantropi Islam dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan penggalangan dana.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dan manfaat dari sisi teoritis maupun praktis. Manfaat dari penelitian mengenai “Penggunaan Media Sosial pada Lembaga Filantropi Islam dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dan Penggalangan Dana” adalah:

1. Dari sisi teoritis, yaitu sebagai aktualisasi dari teori yang telah penulis dapatkan ketika berada di bangku perkuliahan. Dengan penelitian ini, diharapkan menjadi sumbangsih dalam pemikiran, wawasan dan ilmu pengetahuan dalam bidang filantropi untuk mengembangkan kegiatan lembaga filantropi Islam maupun komunitas yang bergerak dibidang sosial kemasyarakatan.
2. Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ide serta kontribusi dalam bentuk lain pada lembaga atau komunitas sosial untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat melalui filantropi Islam secara maksimal guna mensejahterakan masyarakat. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan untuk lembaga dan komunitas filantropi lainnya untuk terus memberikan manfaat bagi orang lain dan membantu meningkatkan taraf hidup ekonomi masyarakat dan produktivitas masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab pertama yang berisi pendahuluan, akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Dalam bab kedua yang berisi kerangka teoritik akan diuraikan mengenai tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan dan kerangka teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab tiga yang berisi metode penelitian akan diuraikan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian meliputi jenis penelitian, obyek dan subyek penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV: PEMBAHASAN

Dalam bab empat yaitu pembahasan, akan diuraikan profil lembaga filantropi yang menjadi subyek penelitian yaitu Rumah Zakat dan Dompet Dhuafa serta analisis dari hasil penelitian yang dilakukan pada lembaga

filantropi tersebut dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan penggalangan dana.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab lima atau bab terakhir akan diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, serta saran yang bermanfaat untuk lembaga filantropi Islam dan penelitian selanjutnya.