

E-filantropi: Studi Media Pergeseran Altruisme Islam Tradisional Menuju Filantropi Online Integratif

Yuliana Rahmawati

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya,
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia
Email Korespondensi: yuliana.r@trunojoyo.ac.id

Article Information

Submitted January 15, 2019

Revision March 29, 2019

Accepted April 18, 2019

Published October 1, 2019

Abstract

Islamic philanthropic institutions as a medium for managing the potential of Islamic altruism are increasingly extending. Altruism activities shift from traditional charity become integrative philanthropy. The shift occurred in the manifestation of the spirit of altruism history of generosity among ummah. The development of the dynamics of social, cultural, political, and economic spaces contributed to the evaluation of the pattern of Islamic philanthropy. Inward bound the 4.0 disruption era, Islamic philanthropic institutions began to move more dynamically and contemplatively. E-philanthropy is one of the methods carried out by Islamic philanthropic institutions in approaching the development of expectations from benefactor and public profiles. Islamic philanthropic interactions that involve potential management institutions and benefactor communities become increasingly limitless space and time. This study aims to describe the convergence of non-profit activities of Islamic philanthropic institutions in the utilization of new media with social media platforms in the era of disruption 4.0. The results of the research discussion were obtained from the perspective of the theory of relationship development, attraction theory, accommodation theory, network theory, and computer-mediated communication (CMC). Further research can deepen from the perspective of good governance in Islamic philanthropic institutions.

Keywords:

E-Philanthropy, Islamic Altruism, disruption 4.0, computer-mediated communication.

Abstrak

Lembaga filantropi Islam sebagai wadah pengelolaan potensi altruisme semakin bergeliat. Aktivitas altruisme bergeser dari tradisional-karitas menjadi filantropi yang integratif. Pergeseran terjadi dalam manifestasi semangat altruisme rekam jejak kedermawanan umat. Altruisme konvensional mulai berbenah dan mulai menapaki jenjang skema filantropi kontemporer. Perkembangan dinamika ruang sosial, budaya, politik, dan ekonomi memberi kontribusi pada evaluasi pola filantropi Islam yang selama ini dilakukan. Memasuki Era Disrupsi 4.0 lembaga filantropi Islam mulai berbenah untuk dapat bergerak secara dinamis dan kontemplatif dalam konteks komunikasi dan adaptasi dengan tuntutan perubahan. E-filantropi menjadi salah satu metode yang dilakukan

oleh lembaga filantropi Islam dalam mendekati perkembangan ekspektasi dari profil pendonor dan publik. Interaksi filantropi Islam yang melibatkan lembaga pengelola potensi dan masyarakat donatur menjadi semakin menempati nirbatas ruang dan waktu. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konvergensi aktivitas nirlaba lembaga filantropi Islam dalam pemanfaatan media baru dengan platform media sosial dalam era disrupsi 4.0. Hasil analisis dibahas dengan perspektif teori pengembangan hubungan, teori atraksi, teori akomodasi, teori jaringan dan Computer-Mediated Computer (CMC). Untuk riset selanjutnya dapat memperdalam dari perspektif tata kelola yang baik pada lembaga filantropi Islam.

Kata Kunci:

Altruisme Islam, disrupsi 4.0, e-filantropi, Computer-Mediated Computer (CMC)

Pendahuluan

Altruisme sebagai sebuah ide untuk mendahulukan kebahagiaan, membantu, melayani, dan berkorban untuk orang lain bergerak menjadi sebuah aktivitas dalam bentuk filantropi. Dalam dua dekade Altruisme Islam dalam bentuk gerakan filantropi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pola kedermawanan yang menjadi mandatori dalam perspektif Islam dikelola dengan manajemen yang lebih profesional dalam struktur kelembagaan khusus. Filantropi Islam bergerak dalam bidang pengumpulan donasi (zakat, infaq, dan sadaqah), distribusi, dan pengelolaan dengan menggandeng prinsip keberlanjutan (*sustainability*). Pengelolaan filantropi Islam secara kelembagaan di Indonesia sudah mendapatkan payung normatif oleh otoritas.¹ Pada tahun 2017 pemerintah sebagai pemegang otoritas regulasi melalui Kementerian Agama (Kemenag) mengeluarkan daftar tujuh belas lembaga filantropi Islam yang telah mendapatkan izin. Termasuk dalam daftar tersebut adalah Badan Amal Zakat nasional (BAZNAS) sebagai satu-satunya lembaga amil zakat yang dibentuk oleh pemerintah untuk mengelola penyaluran zakat, infaq, dan sadaqah secara nasional. BAZNAS dapat membuat rekomendasi pendirian badan sejenis di tingkat pemerintahan provinsi, kabupaten atau kota, serta pendirian lembaga amil zakat non pemerintah. Dalam hal pengelolaan, lembaga filantropi Islam juga mempersyaratkan tata kelola yang profesional sesuai dengan regulasi akuntabilitas vertikal dan horizontal (Abdurahim, Sofyani, & Wibowo, 2018)

Filantropi dikenal dalam dua pendekatan yaitu: pola tradisional dan filantropi untuk keadilan sosial. Pola filantropi Islam secara tradisional dilekatkan pada dua lembaga yaitu: masjid dan pesantren. Masjid dan pesantren menjadi *pioneer* dalam pengelolaan potensi zakat, infaq, sadaqah (ZIS). Dalam perkembangannya, masjid dan pesantren mampu melakukan transformasi dalam pengelolaan ZIS dan pemberdayaan umat (Sulaiman, Chusmeru, & Masrukin, 2018). (Fauroni, 2011) menuliskan tentang kontribusi pesantren Al-Ittifaq dalam pemberdayaan ekonomi pesantren. Profil *sociopreneur* Pesantren Sidogiri di Pasuruan dengan unit usaha jaringan ritel "*Basmalah*" menjadi salah satu model pembangunan partisipatif pesantren dalam pemberdayaan ekonomi umat. Potret ini menunjukkan peran religius insitusi Islam dalam dimensi ekonomi sosial dapat dimaksimalkan. Filantropi keadilan sosial (*social justice philanthropy*) dalam konteks praktik di Indonesia diinisiasikan dengan reformasi

1 UU Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat dengan peraturan turunan PP Nomor 14 Tahun 2014.

pada lembaga filantropi. reformasi dilakukan dalam tiga hal penting: (1) reformasi legalitas, (2) reformasi manajerial, dan (3) reformasi program (Fauzia, 2017). Prinsip dari filantropi keadilan sosial adalah derma tanpa diskriminasi. (Fauzia, 2010) dari hasil riset menemukan bahwa 77% responden muslim merasa tidak ada masalah bahwa donasi akan disampaikan kepada sesama tanpa melihat latar belakang agamanya. Inisiasi pola filantropi untuk keadilan sosial salah satunya dengan dibentuknya *world zakat forum* (WZF).

Inisiasi praktik altruisme Islam sudah dilakukan oleh komponen umat, meskipun dalam beberapa konteks masih dengan pola pengelolaan yang sederhana. Partisipasi Komunitas Muslim Tioghoa di Surabaya dalam rangkaian aktivitas sosial menjadi salah satu bentuk geliat filantropi Islam (Mahfud, 2018). Institusi pendidikan Islam juga terlibat aktif dalam gerak filantropi Islam dengan mengambil peran dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Salah satunya dilakukan oleh pendidikan Diploma III IAIN Salatiga dengan pola inkubasi bisnis masyarakat sekitar dalam lembaga Tazaka (Bahjatullah, 2016). Pola sejenis dilakukan dengan inisiasi lembaga keuangan syariah mikro dalam bentuk Baitul Maal wat Tamwil (BMT) (Sriyana, 2013). Lembaga BMT bergerak dalam penggalan potensi umat untuk digunakan dalam pemberdayaan ekonomi umat (Sakai, 2014), (Nasrullah, 2015), (Ghafur, 2013).

Perkembangan filantropi Islam di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari antusiasme kelas menengah muslim Indonesia untuk terlibat dalam kehidupan sosial dan politik negaranya (Fauzia, 2013). Dinamika filantropi bergerak dari mekanisme tradisional menjadi filantropi untuk keadilan sosial. Paham ini menempatkan filantropi sebagai media untuk menghilangkan ketidakadilan sosial yang berakar pada kemiskinan dan ketimpangan sosial. Filantropi menjembatani kesenjangan antara si kaya dan si miskin dengan mobilisasi potensi dari masyarakat (umat). Dalam rangka menuju filantropi keadilan sosial, aktivitas filantropi dilakukan secara kolektif dengan organisasi gerakan sosial (Fuadi, 2012).

Tranformasi yang terjadi dalam gerakan filantropi di Indonesia mengalami beberapa periodisasi. Fauzia (Fauzia, 2013) menuliskan secara garis besar gerakan filantropi Islam di Indonesia terbagi dalam tiga periodisasi: era kerajaan Islam, era kolonial (pra kemerdekaan), dan paska kemerdekaan. Deskripsi dan karakteristik aktivitas filantropi di Indonesia pada setiap periodisasi tersebut ditampilkan dalam matriks berikut:

Tabel. 1 Periodisasi Gerakan Filantropi Islam di Indonesia

Poin	Kerajaan Islam (Abad 13-19)	Kolonial (Pra-Kemerdekaan)	Paska Kemerdekaan (orde lama, orde baru, dan moderen)
Profile donatur	Karitas dilakukan oleh lingkaran kerajaan.	Individu (<i>private donations</i>)	Individu, yayasan, korporasi
Karakteristik gerakan	1. Melakukan adaptasi pada warna karitas Hindu dan Budha. 2. Zakat menjadi bagian dari administrasi negara dan kedermawanan individu.	1. Ulama menyampaikan fiqih tentang zakat. 2. Melibatkan kebijakan dari pemerintah Belanda. 3. Inisiasi penguatan filantropi dengan lembaga (dengan keterlibatan organisasi masyarakat seperti: Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU).	1. Berdirinya lembaga profesional untuk pengelolaan potensi filantropi Islam (baitul Mal) 2. Bergabungnya aktivis dan sukarelawan gerakan filantropi. 3. Gerakan berubah dari sekedar penggalangan dana menjadi pengelolaan yayasan yang lebih profesional dan terukur. 4. Penguatan konsep "jihad" atas kemakmuran umat. 5. Modernisasi zakat.

Tantangan gerakan	Regulasi zakat belum dituliskan dalam naskah legalitas kerajaan (masih dominan sebagai aktivitas <i>voluntary giving</i>).	Masih ada keterlibatan regulasi dari pemerintah Belanda meskipun pada batas administratif bukan dalam konteks ritual keyakinan.	1.Reformasi zakat dari perspektif organisasi, reinterpretasi, dan adaptasi dengan konteks sistem yang lebih luas. 2.Kontribusi filantropi Islam dalam mewujudkan masyarakat sipil madani.
Penggunaan media massa	Diseminasi informasi zakat pada kerajaan-kerajaan Islam lainnya.	Media pengelolaan zakat didominasi oleh institusi masjid dan pesantren.	Penggunaan konvergensi media (termasuk ICT)
Contoh Praktik filantropi Islam	Potret zakat dan fitrah pada masa kerajaan Aceh.	Kasus zakat dan waqaf di pesantren Barjan	BAZIS, Bapelurzam Muhammadiyah

Sumber : diolah peneliti (2019)

Semangat kelas menengah Islam untuk melakukan revitalisasi bentuk kedermawanan dalam Islam semakin menggeliat dipicu krisis moneter 1998. Dalam sektor finansial, banyak lembaga keuangan yang kolaps sedangkan dari masyarakat bawah gejolak sektor riil dan jumlah angka pengangguran semakin meningkat. Kelas menengah Islam yang didominasi oleh para wirausahawan, intelektual, dan aktivis membuat formula solusi masalah sosial ekonomi dengan menyentuh sisi religiusitas dalam praktik memberi (Latief, 2010). Dalam konteks ini terjadi modernisasi pengelolaan spirit religiusitas dalam kedermawanan. Mekanisme penguatan institusi sosial ekonomi dari karitas Islam dengan potensi zakat, infaq, dan sadaqah. Kelas menengah profesional Islam mengambil peran moderen sebagai entitas investor atau pengelola filantropi dengan pola kerja proyek jangka panjang (Almarri, 2015).

Riset yang dilakukan oleh (Retsikas, 2014) menemukan kontribusi lembaga filantropi Islam dalam melakukan revitalisasi zakat sebagai pilar nilai religiusitas kedermawanan (konsep ibadah) dalam Islam menjadi lebih dinamis dan terbuka. Zakat ditempatkan dalam sebuah fungsi yang lebih inklusif, dari sebuah bentuk relasi makhluk dan Allah (*hablu minnallah*) menjadi bentuk penguatan hubungan antar makhluk (*hablu minnannas*). Ketentuan zakat berlaku secara khusus seperti misalnya pada zakat fitrah dan zakat hasil tanaman. Zakat Fitrah merupakan zakat wajib kepada muslim dengan kelapangan rizki. Ketentuan dikenakan ketika mencapai nisab yaitu sebanyak satu sha' (atau sekitar 2,5kg) dari bahan makanan distribusi sebelum shalat 'Id. Zakat Tanaman dengan batas minimal dikenakan zakat mencapai 5 wasaq (atau sekitar 7,5 kwintal) dengan kewajiban zakat dikeluarkan sebesar sepersepuluh (10%). Untuk jenis tanaman dengan pengairan, zakat dikenakan seperduapuluh (5%).

Dalam perspektif global, dengan populasi lebih dari dua milyar potensi peran umat Islam dalam zakat sangat besar. Beberapa lembaga filantropi Islam turut berkontribusi pada gerak filantropi internasional. Surabaya Peduli Ummat, Pondok Infaq Mulia, dan Dana Keadilan Indonesia merupakan tiga lembaga filantropi yang mengambil peran dalam operasi internasional pemulihan di Palestina dan Somalia. Peran filantropi juga diberikan oleh lembaga sosial kemasyarakatan di Indonesia dalam usaha untuk penguatan masyarakat. Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) sebagai bagian dari organisasi Islam terbesar di dunia melakukan filantropi dengan mengkombinasikan perspektif normatif agama dan pemberdayaan masyarakat dalam usaha menciptakan keadilan sosial (Munadi & Susilayati, 2016). Dua organisasi tersebut bersinergi dengan lembaga swadaya masyarakat (NGO's) dalam menciptakan masyarakat madani (*civil society*) dengan pendidikan dan pelayanan kesehatan

yang dapat diakses oleh lebih banyak elemen (Barton, 2014).

Filantropi Islam sebagai sebuah aktivitas sosial tidak dapat dilepaskan dari konteks sistem sosial yang melingkupinya. Dinamika yang terjadi dalam interaksi dengan kompleksitas sistem akan membawa dampak interdependensi kepada elemen sistem, termasuk didalamnya adalah filantropi Islam. Perkembangan yang terjadi dalam dimensi sosial, ekonomi, budaya, politik, dan teknologi turut membawa andil dalam pembentukan pola filantropi. Salah satu perkembangan yang sangat dinamis adalah hadirnya teknologi informasi dan komunikasi (ICT). Memasuki era disrupsi 4.0 sebagai bentuk revolusi industri generasi keempat dibarengi dengan hadirnya hibriditas media baru. Pengarusutamaan standar dalam domain ekonomi, sosial, budaya bergeser dari regional dan afiliasi demografis menjadi lebih dialektis (Rahmawati, 2016).

Disrupsi 4.0 selain ditandai dengan semakin berkembangnya migrasi nilai juga melahirkan skema dalam interaksi yang lebih "dekat" (proksimitas). Hadirnya era *sociology of leisure* dengan semakin menjamurnya bisnis yang menawarkan kenyamanan membentuk pola konsumsi atas barang dan jasa terutama pada kelas menengah muda Indonesia turut bergeser. Pola kontribusi kelas menengah muda Indonesia dalam kegiatan filantropi melahirkan ekspektasi yang lebih beragam pada lembaga pengelola sektor nirlaba baik dari sisi kemudahan akses informasi ataupun deskripsi program lembaga.

Pergeseran tersebut membuat semakin tumbuh dan berkembangnya kreativitas dalam kegiatan filantropi. Platform media sosial digunakan untuk semakin mendekati entitas donor yang semakin kritis dan menginginkan filantropi Islam menjadi sebuah sistem yang terintegratif. Postur donor yang semakin *aware* atas aktivitas filantropi menjadikan mekanisme pilar filantropi (*fundraising*, pengelolaan, distribusi, evaluasi, dan *sustainability*) semakin transparan dan akuntabel. Kecepatan dalam beradaptasi dengan perubahan dan dinamika khlayak menjadi poin penting dalam pengelolaan lembaga filantropi. Identifikasi atas posisi untuk kemudian membuat *positioning* dalam core usaha (filantropi) dengan memadukan dengan perkembangan zaman. *Positioning* dilakukan dalam filantropi Islam dengan merubah paradigma karitas dalam filantropi. Pemberian zakat (*almsgiving*) dan sadaqah (*voluntary giving*) yang semula lebih dominan untuk tujuan konsumtif dan berjangka pendek dirubah menjadi pola sinergi untuk pemberdayaan komunitas. Indikator berhasilnya *positioning* filantropi Islam diantaranya dapat dilihat dari semakin meningkatnya potensi umat Islam dalam filantropi. *Positioning* selanjutnya dapat dilihat dari indikator tumbuh dan berkembangnya kapasitas lembaga filantropi Islam baik secara kuantitas maupun kualitas dalam pengelolaan potensi zakat, infaq, sadaqah. *Positioning* dilakukan dengan membuat konsorsium dan dialog diantara lembaga filantropi Islam untuk menyamakan kerangka kualifikasi filantropi Islam secara nasional. Citra lembaga filantropi Islam dibangun dengan pengembangan sumber daya pada pengelolaan manajemen lembaga filantropi. *Positioning* lembaga filantropi Islam disertai dengan pemanfaatan teknologi untuk kepentingan penggalangan dana, diseminasi informasi kepada donatur, dan distribusi dana kepada penerima.

Disrupsi 4.0 sebagai salah satu bentuk media baru (*new media*) dengan segala karakteristik yang melekat dan konsekuensi logis atas kehadirannya menjadi kanal dalam kegiatan filantropi Islam. Istilah disrupsi muncul ke permukaan melalui artikel majalah Harvard Business Review (HBR) edisi Januari-Februari tahun 1995 berjudul "*Disruptive Technologies : Catching The Wave*" yang ditulis dua Profesor Harvard bernama Clayton M. Christensen dan Joseph L. Bower. Latar belakang tulisan ini adalah pertanyaan penulis tentang mengapa, produk produk perusahaan-perusahaan terkemuka di dunia, dengan manajemen yang dikelola

secara profesional dan sedang berada di posisi puncaknya justru tumbang ketika teknologi dan pasar mengalami perubahan. Misalnya, Radio tabung anoda keluaran Philips versus radio transistor Sony di decade 40-50an, komputer mainframe IBM versus *minicomputer* dan *minicomputer versus personal computer* Apple di tahun 80an.

Karena banyaknya bias yang terjadi Clayton menggali kembali apa yang dimaksud sebagai disrupsi dalam artikel "*What is Disruption*" di majalah HBR Desember 2015. Yang dimaksud disrupsi menurut Clayton Konsep disrupsi Clayton ini mengalami tantangan terutama pada analisa terhadap Taxi Uber. Hal tersebut muncul karena Clayton memberi dua kriteria agar suatu inovasi dianggap *disruptive*, yaitu *low-end* dan *new-market*. Karena dua kriteria tersebut, Uber dalam pandangan Clayton bukan termasuk disrupsi karena tidak bermain di pasar yang baru (*new-market*) dan juga memiliki tarif yang tidak murah (*high-end*).

Tetapi analisa tersebut mendapat sanggahan dari Jean-Marie Dru, Chairman biro iklan TBWA dan Presiden UNICEF Perancis. Dalam wacana disrupsi, Dru dianggap sebagai penemu konsep *disruptive methodology* yang muncul sebelum Clayton. Artikel Dru berjudul "*A Counterargument To Clayton Christensen's-Definition Of True Disruption*" terbit di majalah On Marketing 17 Desember 2015 menganggap disrupsi Clayton terlalu sempit. Menurut Dru istilah disrupsi berasal dari bahasa latin "*disrumpere*" yang diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris sebagai "*breaking from*" sehingga pandangan Dru makna disrupsi menjadi lebih luas, yaitu segala sesuatu yang tidak berubah secara bertahap.

Selain itu, Dru menepis pendapat bahwa yang disruptif selalu destruktif. Bahwa seolah-olah hanya ada dua perubahan yang lahir dari setiap inovasi yaitu drastis dan bertahap. Padahal kenyataannya seringkali muncul strategi jalan tengah yaitu dengan mengadopsi inovasi-inovasi yang dianggap *disruptive* tetapi diaplikasikan pada produk yang sudah ada. Sehingga, adopsi inovasi yang *disruptive* tidak semata-mata menghancurkan yang mapan. Selain hal tersebut salah satu alasan konsep ini menjadi bias adalah bahwa istilah "*disruptive*" telah lumrah dipakai sebagai bahasa pergaulan dan komunikasi sehari-hari. Hal tersebut dikaji Kev Cooke seorang Managing Editor pada majalah D/SRUPTION yang juga menggagas *Disruption Summit* bertempat di London, 5 September 2017.

Cooke membagi istilah disrupsi menjadi disrupsi klasik yang merujuk ke konsep Clayton dan disrupsi kolokial untuk konsep disrupsi yang banyak dipakai dalam bahasa pergaulan akhir-akhir ini. Disrupsi kolokial tersebut maknanya adalah, ketika suatu peristiwa, sistem atau proses yang terganggu dan terhambat untuk dapat berlanjut atau beroperasi dengan cara-cara yang sebelumnya dilakukan. Dengan definisi tersebut, maka secara kolokial Uber termasuk dalam kategori disrupsi karena secara drastis merubah cara-cara bisnis yang lama dengan sesuatu yang sama sekali baru.

Istilah Industri 4.0 sendiri secara resmi lahir di Jerman tepatnya saat diadakan Hannover Fair pada tahun 2011. Istilah industri ini merujuk kepada Lompatan besar terjadi dalam sektor industri di era revolusi industri keempat, di mana teknologi informasi dan komunikasi dimanfaatkan sepenuhnya.

Dalam perspektif komunikasi, dinamika e-filantropi tersebut dikaji dengan intertekstualitas teori atraksi (pembangunan hubungan), teori akomodasi (produksi pesan), *compliance gaining*, teori jaringan (komunikasi organisasi) dan komunikasi bermedia komputer (CMC). Menurut (Floyd, 2011) dalam teori atraksi, seseorang akan tertarik untuk membangun hubungan karena empat faktor yaitu: tampilan (*appearance attraction*), kedekatan fisik (*proximity attraction*), persamaan latar belakang (*similarity attraction*), dan perbedaan latar belakang yang melengkapi (*complementary attraction*). Pola tersebut dilakukan oleh lembaga

filantropi dengan memberikan informasi yang dapat menggugah ketertarikan awal kepada khalayak dalam membangun hubungan dalam aktivitas e-filantropi yang berkelanjutan. E-filantropi yang dilakukan oleh lembaga filantropi dalam mengemas informasi awal terkait lembaga filantropi relatif lengkap. Sedangkan Perilaku komunikasi bermedia (*computer-mediated communication*) mentransformasikan pola komunikasi analog dengan konteks sosial menjadi lebih spasial, dan temporal. Hubungan yang terbentuk dalam mekanisme komunikasi bermedia bersifat: konektivitas, reaktivitas, interaktivitas (Littlejohn, Stephen W, 2008).

Adaptasi yang dilakukan oleh lembaga filantropi dalam perubahan nilai (*migration of value*) atas konsep berbagi dalam konteks ketaatan pada agama menjadi program advokasi yang berkesinambungan. Keikutsertaan berbagai lembaga filantropi dalam domain pengelolaan donasi umat di satu sisi dan peralihan infrastruktur dengan teknologi digital dilakukan dengan konvergen. Pola ini dilakukan oleh lembaga filantropi Islam, kecepatan merespon kehadiran teknologi menjadi bagian dari mandatori manajemen dalam pengelolaan institusi *nirlaba*.

Perkembangan yang sangat cepat dalam aktivitas filantropi Islam ini telah mengundang sejumlah pemerhati filantropi (akademisi, penggiat, praktisi, dan pembuat kebijakan) untuk melakukan ragam kajian tentang tema filantropi dari berbagai perspektif. Segenap usaha dilakukan oleh elemen bangsa (negara dan jajarannya) termasuk didalamnya potensi umat Islam untuk berkontribusi dalam tercapainya filantropi berkeadilan sosial. Dalam konteks persinggungan filantropi dengan era disrupsi 4.0 penelitian ini dilakukan. Tema altruisme Islam yang bergerak dinamis dari karitas semata (tradisional) menjadi advokasi dalam kaidah regulasi menjadi bahan kajian yang menarik untuk dilakukan.

Metode

Paradigma konstruktivis digunakan dalam riset ini untuk mendapatkan pemahaman tentang pola e-filantropi lembaga dalam mengelola donasi dengan menggunakan *platform* media baru. Penggunaan paradigma konstruktivis atau interpretif dalam penelitian membantu peneliti dalam membangun kerangka epistemologi dan mendapatkan sisi *verstehen* atas fenomena (Denzin & Lincoln, 2006). Tracy menyebutkan karakteristik penelitian interpretif dengan beberapa kelekatan diantaranya: konsep relasi antar realitas (*gestalt*), ragam perspektif (*bricolage*), bergerak secara induktif (*funnel metaphor*), refleksi atas literatur terdahulu (*sensitizing concepts*) (Tracy, 2013). Dalam riset ini lembaga filantropi Islam sebagai representasi dari aktivitas altruisme yang profesional beradaptasi dengan realitas diluarnya yaitu sistem informasi dan media baru sebagai konsekuensi dinamika era disrupsi 4.0.

Objek dalam penelitian ini adalah filantropi Islam dengan menggunakan *platform* media berbasis elektronik atau internet. Subjek dalam penelitian ini adalah dokumen elektronik dari lembaga filantropi Islam yang direkomendasikan oleh otoritas. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder untuk mengeksplorasi arsip, dokumen, dan literatur yang relevan dengan riset ini. Pengumpulan data menggunakan dokumentasi dari *platform* media sosial lembaga filantropi Islam. Beberapa indikator untuk mendeskripsikan e-filantropi yang dilakukan oleh tujuh belas (17) lembaga filantropi Islam yaitu: profil lembaga, layanan, program lembaga, media sosial, laporan keuangan, dan mitra.

Tabel 2. Daftar Situs 17 Lembaga Filantropi Islam

No	Nama Lembaga	Alamat Situs
1	Rumah Zakat Indonesia	www.rumahzakat.org
2	Baitul Maal Muamalat	www.baitulmaalmuamalat.org

3	Daarut Tauhid	http://dpu-daaruttauhid.org
4	Yatim Mandiri Surabaya	www.yatimmandiri.org
5	Dompot Dhuafa Republika	http://www.dompetdhuafa.org
6	Nurul Hayat	http://nurulhayat.org
7	Inisiatif Zakat Indonesia	http://www.izi.or.id
8	Baitul Maal Hidayatullah	www.bmh.or.id
9	Lembaga Amil Zakat Infak Shodakah NU	nucarelazisnu.org
10	Global Zakat	www.globalzakat.id
11	Pesantren Islam Al Azhar	alazharpeduli.org
12	Dana Sosial Al Falah Surabaya	ydsf.org
13	Lembaga Manajemen Infaq Ukhuwah Islamiyah	lmizakat.org
14	Lembaga Amil Zakat Infak Shodakah Muhammadiyah	LAZISMU.org
15	Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia	dewanda'wah.or.id
16	Perkumpulan Persatuan Islam	pzu.or.id
17	Rumah Yatim Ar Rohman Indonesia	rumah-yatim-org

Sumber ; Diolah Peneliti (2018)

Penelitian ini menggunakan ide-ide umum dan konsep sebagai alat analisis untuk membuat “generalisasi”. Analisis yang dilakukan menggunakan konsep non variabel atau sering disebut juga sebagai variabel nominal sederhana (Neuman, 2007). Analisis atas data berlangsung secara sirkuler dengan mendapatkan evaluasi atas konsep-konsep awal secara *grounded*. Formasi konsep dapat berubah secara integral sejalan dengan mulai dilakukannya pengumpulan data. Dalam riset ini data diorganisir ke dalam beberapa kategori dengan berdasarkan tema-tema, konsep, atau kedekatan fitur-fitur unit analisis. Hubungan antar konsep dianalisis untuk mendapatkan gambaran “general” dari pembahasan atas signifikansi derajat pertama. Prosedur yang dilakukan dengan menggunakan teknik koding dengan tujuan untuk mendapatkan kriteria yang sesuai dengan prosedur metode.

Analisis data menggunakan metode analisis data kualitatif dengan langkah sirkuler: reduksi data, display data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi (Miles & Huberman, 1994). Teknis langkah analisis data dilakukan dengan: (1) membuat form untuk tabulasi dan koding data, (2) membuat catatan atas hasil koding, (3) membuat pola dari hasil koding, (4) mengembangkan proposisi, (5) melakukan analisis antar tema yang telah dikategorisasikan, (6) menarik kesimpulan dan verifikasi.

Prosedur dan teknik digunakan sebagai desain untuk membantu melakukan tahapan pembangunan teori: konseptualisasi, menentukan kategori, dan mengembangkan kategori dengan segala dimensi dan substansi. Tahapan tersebut untuk kemudian menghubungkan kategori tersebut dengan hipotesis pernyataan (Strauss & Corbin, 1998). Konseptualisasi dilakukan dalam riset ini dengan menggunakan kelompok item-item yang mempunyai kedekatan untuk menentukan persamaan secara kategorial. Data yang terkumpul dilakukan reduksi agar dapat lebih mudah dikelola secara substansial.

Dengan pendekatan *grounded* teori, hasil analisis kemudian didiskusikan dengan beberapa teori dalam perspektif komunikasi. Pemaknaan yang hadir dalam skema tahap sebelumnya (analisis) merupakan signifikansi tahap pertama. Untuk mendapatkan kebaruan (*novelty*) dan meletakkan hasil penelitian ini dalam posisi riset sejenis (*state of the art*)

diperlukan pendalaman dengan pembahasan. Konsep metodologis yang umumnya berlaku untuk riset kualitatif. Dalam konteks ini *grounded* teori sekaligus berfungsi sebagai kriteria evaluatif untuk menilai hasil analisis penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Koding dilakukan dari teks elektronik dalam *platform* media sosial tujuh belas (17) lembaga filantropi Islam. Hasil analisis dengan menggunakan tiga tahapan koding: *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* didapatkan temuan atas kategorisasi yang dijadikan indikator hadirnya sinkronisasi filantropi Islam dalam media baru. Temuan *platform* media baru dalam bentuk e-filantropi yang digunakan oleh tujuh belas (17) lembaga filantropi dalam penelitian ini tidak diukur secara kuantitatif baik dari sisi frekuensi, intensitas, atau lokasi penempatan fitur. Riset ini mengidentifikasi keberadaan fitur-fitur yang digunakan oleh lembaga publik dalam memberikan transparansi dengan membangun sistem digital dalam distribusi informasi e-filantropi Islam.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberi kontribusi pada pola pengumpulan dan pengelolaan e-filantropi Islam. Munadi (Munadi & Susilayati, 2016) melakukan riset atas kinerja lembaga zakat melalui situs web dengan mengamati program-program kerjanya. Sedangkan dalam riset ini, kategori protokol yang diidentifikasi meliputi: profil lembaga, program lembaga, layanan lembaga, media sosial, laporan keuangan dan mitra dalam fitur web. Sebagai bentuk riset awal, hasil riset dapat ditindaklanjuti dalam penelitian selanjutnya dalam pendalaman makna dan mengukur secara kuantitatif utilitas dan kelengkapan informasi dalam *platform* media baru dari lembaga filantropi menurut persepsi khalayak. Penelitian terkait dengan kepuasan donatur dalam bekerja sama dengan lembaga filantropi juga dapat dilakukan untuk mengukur efektivitas lembaga dalam mengelola dana umat.

Profil

“Tak kenal maka tak sayang” *adagium* untuk menunjukkan pentingnya atraksi dalam distribusi pesan filantropi Islam. Bagi donatur atau (calon) donatur informasi terkait dengan profil lembaga filantropi menjadi penting. Profil filantropis (donatur) semakin kritis untuk mendapatkan informasi tentang lembaga yang dituju. Semua lembaga e-filantropi Islam yang menjadi subjek dalam penelitian ini dalam *platform* situs daring membuat deskripsi tentang profil. Dalam fitur tersebut disampaikan sejarah lembaga, visi, misi, struktur kelembagaan, serta dokumen legal formal terkait pendirian lembaga. Fitur ini akan memudahkan donatur atau (calon) donatur dalam mengenali nilai yang dijunjung dari lembaga e-filantropi yang dituju serta misi yang dijalankan oleh lembaga dalam mencapai visi yang disampaikan. Fitur yang berisikan tentang profil lembaga ini dapat ditemukan dalam *link* profil atau tentang kami.



Sumber : Situs lembaga filantropi (2018)

Gambar 1 Fitur Profil Baitul Maal Muamalat, Yatim Mandiri, Dompot Dhuafa Republik

Dalam pembangunan hubungan profesional (*professional relationship*) lembaga e-filantropi Islam menggunakan serangkaian tahapan. Bentuk hubungan horizontal yang dibangun dengan entitas lain (donatur, khalayak, atau mitra) melalui tahapan: kontak, keterlibatan, keakraban, kemunduran. Setiap tahapan dalam pembangunan hubungan akan menentukan apakah sebuah hubungan dapat berlangsung secara terus menerus. Selepas tahap ini dapat dilakukan resolusi dengan perbaikan atau diakhiri dengan penarikan diri dari hubungan.

E-filantropi Islam menggunakan fitur untuk memperkenalkan diri sebagai bagian dari kontak dalam pembangunan hubungan. Hal ini perlu dilakukan karena lembaga filantropi membutuhkan kehadiran dimensi sosial dalam pengelolaan lembaga filantropi. Pola pembangunan hubungan yang dilakukan dalam e-filantropi Islam kepada donatur (atau calon donatur) dimulai dengan memberikan impresi awal. Dalam perspektif teori atraksi, kontak menjadi pintu awal kesan untuk tahapan hubungan selanjutnya (DeVito, 2013).

Menggunakan konsep (Floyd, 2011) mengenai teori atraksi, bahwa seseorang akan tertarik untuk membangun hubungan karena empat faktor yaitu: tampilan (*appearance attraction*), kedekatan fisik (*proximity attraction*), persamaan latar belakang (*similarity attraction*), dan perbedaan latar belakang yang melengkapi (*complementary attraction*). Maka dalam penelitian ini enam protokol dalam penjelasan profil lembaga ditelaah, yaitu: sejarah, visi misi, tujuan, struktur organisasi, legalitas, dan prestasi dalam rangka menggugah ketertarikan awal kepada khalayak sehingga terbangun hubungan dalam aktivitas e-filantropi yang berkelanjutan.

Dari tujuh belas lembaga tersebut, semua mencantumkan sejarah dan struktur organisasi. Sedangkan tujuan lembaga hanya dicantumkan oleh empat lembaga (Nurul Hayat, Al Azhar, Muamalat, dan Persatuan Umat Islam). Fitur visi misi dicantumkan oleh lima belas lembaga hanya dua (Yatim Mandiri Surabaya, dan LMI) yang tidak mencantumkan. Dalam fitur legalitas ada enam lembaga yang tidak mencantumkan dalam website (Dompot Dhuafa, Yatim Mandiri Surabaya, LMI, Al Azhar, LazisMU, Dewan dakwah). Fitur prestasi digunakan oleh empat lembaga (Hidayatullah, Inisiatif Zakat Indonesia, Muamalat, Rumah Yatim) untuk menuliskan capaian kelembagaan dalam filantropi.

Tampilan (*appearance*) dalam fitur profile e-filantropi lembaga dari sisi desain cukup menarik, penyajian *content* cukup informatif. Penempatan fitur-fitur *user friendly* dari keseluruhan setting dan penempatannya. Ilustrasi yang disampaikan juga relatif simpel tetapi membawa kesan elegan dan "bersahabat". Meskipun pemilihan font, gambar, dan grafis beragam dari tujuh belas lembaga tetapi dalam pengemasan dan isi sangat menarik dan informatif. Misalkan pada website Rumah Zakat (<https://www.rumahzakat.org/>) dominan warna oranye, dengan tampilan fitur yang relatif lengkap, kesan ceria yang dihadirkan, dan "ramai". Ilustrasi adalah foto-foto penerima donasi yang tersenyum sesuai dengan empat program andalan Senyum Juara (pendidikan), Senyum Sehat (kesehatan), Senyum Mandiri (pemberdayaan ekonomi), serta Senyum Lestari (inisiatif kelestarian lingkungan). Sedangkan pada website Muamalat (<http://bmm.or.id/>) menggunakan ilustrasi yang relatif sederhana, *background* warna putih dikombinasikan dengan warna hijau pada tulisan. Konsep ketenangan yang didapat dari tampilan situs ini.

Media sosial sebagai kanal dalam pembangunan hubungan dalam e-filantropi Islam menekankan pada pengelolaan *lay out* sebagai tampilan dan pesan (*content*) yang disesuaikan dengan postur khalayak. DeVito (DeVito, 2013) menuliskan kompetensi yang dapat dikembangkan oleh komunikator dalam membangun hubungan dengan khalayak media sosial

yaitu : (1) *be nice*, menjadi komunikator yang mempunyai perilaku ramah sosial (*prosocial behavior*) (2) komunikatif, dengan memberikan percakapan-percakapan kecil yang ringan dalam narasi media sosial (3) terbuka, bersedia menerima pendapat dari rekan komunikasi di media sosial, (4) berikan jaminan, bahwa hubungan yang terjalin akan memberikan mutual benefit bagi pihak yang terlibat, (5) sampaikan aktivitas bersama (*share joint activities*) untuk menunjukkan bahwa meskipun dengan *platform* media sosial tetapi hubungan yang terjadi benar adanya dan tidak semu (artifisial).

Layanan

Unit analisis yang mengacu pada protokol layanan merujuk kepada *platform* fitur yang disediakan oleh lembaga filantropi Islam. Keberadaan fitur layanan menjadi poin untuk mendeskripsikan bentuk kemudahan yang diberikan oleh lembaga filantropi kepada donatur dan (calon) donatur untuk mempelajari fitur donasi yang disediakan oleh lembaga melalui situs jaringan. Dengan digunakan fitur layanan dalam situs lembaga filantropi informasi seputar mekanisme dan "keunggulan bersaing" dari pengelola lembaga filantropi.

Pola filantropi yang dilakukan dengan mekanisme karitas yang lebih berorientasi pada penyelesaian masalah jangka pendek mulai berubah menjadi pengelolaan potensi untuk tujuan keberlangsungan. Domain layanan yang dilaksanakan dalam e-filantropi Islam ini secara umum terbagi dalam enam fitur utama yaitu: panduan donasi, pendaftaran donatur, rekening donasi, donasi online, konfirmasi donasi, dan jemput donasi. Pada fitur pendaftaran donatur, rekening donasi, donasi online, konfirmasi donasi semua lembaga (tujuhbelas lembaga) mencantumkan dalam website. Tetapi pada fitur jemput donasi hanya enam lembaga yang menyediakan layanan ini (Dompot Dhuafa, Nurul hayat, LMI, LazisNU, LazisMU, Persatuan Umat Islam).



Sumber : Situs lembaga filantropi (2018)

Gambar 2 Fitur layanan dalam situs Baitul Maal Muamalat, Daarut Tauhid, Yatim Mandiri Surabaya

Dalam fitur tersebut disediakan beragam layanan untuk memudahkan para donatur dalam mengukur potensi donasinya. Kemudahan para donatur dalam menjangkau dan melakukan donasi menjadi pertimbangan masyarakat digital yang semakin intensif menggunakan mode mobilitas elektronik. Secara filosofis kehadiran Computer-Mediated Communication (CMC) mampu menghadirkan beragam tema dalam interaksi dengan komponen yang terlibat. Fitur layanan yang disediakan dalam situs lembaga filantropi mendekatkan publik dengan nilai-nilai komunikasi religius. Penggunaan pola komunikasi religius dalam sejarah sudah diinisiasikan sejak periode Agora Yunani kuno sampai dengan kanal forum virtual selanjutnya dilakukan dalam e-filantropi (O'Leary & Brasher, 1996). Distribusi pesan religiusitas dengan menggunakan kanal media baru memudahkan umat dalam akses informasi terutama pada potret masyarakat urban dengan pola interaksi yang

sibuk dan “sesak” (Budiantoro, 2017).

Fitur layanan secara khusus digunakan dalam e-filantropi untuk memberi kemudahan bagi para donatur dalam mencari dan menyalurkan donasinya. Dalam fitur layanan salah satunya menyediakan jasa konsultasi filantropi Islam dimana lembaga akan membantu menghitung zakat (kalkulator zakat). Zakat sebagai *almsgiving* dalam perspektif Islam ditempatkan sebagai kewajiban agama. Dalam konteks ini terdapat ketentuan khusus yang digunakan untuk menghitung jumlah zakat (yang wajib) dikeluarkan oleh donatur. Sedangkan untuk bentuk donasi yang sifatnya sunnah seperti infaq (*voluntary giving*) dan sadaqah karena sifatnya maka donasi bersifat suka rela tidak ada ketentuan khusus yang digunakan untuk menghitung. Tradisi kognitif dalam teori produksi pesan memandang bahwa setiap pesan mengandung dua poin penting: pemilihan strategi (*strategy selection*) dan merumuskan tujuan (*goal pursuit*) (Littlejohn, Stephen W, 2008). Untuk mencapai ketundukan (*compliance gaining*) oleh komunikan, enam belas strategi ditawarkan oleh Marwell dan Smith (Marwell & Schmitt, 1967). Dalam fitur layanan lembaga filantropi Islam menyertakan paling tidak dua strategi yaitu: *making moral appeals* dan *seeking altruistic compliance*. Strategi *compliance gaining* dapat dilakukan pada semua dimensi komunikasi mulai dari antarpribadi, komunikasi keluarga sampai dimensi yang lebih luas. Dalam konteks ini *compliance gaining* dilakukan pada dimensi komunikasi antara lembaga filantropi Islam dan pendonor serta publik dengan menggunakan kanal media.

Program lembaga

Bentuk distribusi donasi dibawah pengelolaan dalam e-filantropi disampaikan dalam fitur program. Untuk fitur ini digunakan lembaga filantropi untuk memberikan gambaran tentang program yang sudah dilakukan kepada penerima donasi. Rangkaian program oleh lembaga filantropi dilakukan secara regular dan menjadi program kerja rutin. Program lembaga filantropi sangat beragam. Secara garis besar domain yang dikelola dalam bidang pendidikan, kesehatan, pemberdayaan (ekonomi), dan kemanusiaan.

Semua lembaga memberikan pelayanan dan distribusi program pada pendidikan. Sedangkan dalam kesehatan delapan lembaga belum melakukan inisiasi program (Hidayatullah, YDSF, Al Azhar, Muamalat, Global Zakat, LazisMU, Dewan Dakwah, Rumah Yatim). Pada pemberdayaan ekonomi dilakukan oleh enambelas lembaga, hanya YDSF yang tidak melakukan *positioning* dalam program ini. Deskripsi layanan oleh setiap lembaga filantropi disampaikan dalam situs untuk memberikan gambaran atas bentuk aksi relawan yang dilakukan oleh lembaga. Program kemanusiaan secara umum dilakukan oleh semua lembaga filantropi subjek penelitian hanya dua lembaga (Nurul Hayat dan Dewan Dakwah) yang belum bergerak dalam segmentasi ini.

Permintaan dari pembuat kebijakan terkait dengan regulasi dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi seringkali berhadapan dengan beberapa masalah: regulasi tentang kompetisi, mekanisme anti monopoli, menyediakan akses internet untuk publik, keamanan informasi privasi, pengembangan standar dari interkoneksi dan *interoperability*.



Sumber : Situs Lembaga Filantropi (2018)

Gambar 3 Fitur Program Global Zakat, Lembaga Amil Zakat Infak Shodakah NU, Lembaga Amil Zakat Infak Shodakah Muhammadiyah

Program yang dijalankan oleh lembaga filantropi selain yang sudah dilakukan secara periodik juga terdapat program-program yang insidental. Program ini biasanya merupakan inisiasi atas fenomena masalah sosial yang terjadi dan belum tertampung dalam program rutin lembaga. Beberapa program insidental tersebut seperti bantuan bencana alam, pengadaan perlengkapan sekolah, pembangunan masjid. Redistribusi program reguler dilakukan dengan mengoptimalkan media sosial pendukung. Kegiatan distribusi dan pengelolaan donasi secara offline dipertanggungjawabkan dalam skema keterbukaan informasi publik.

Computer mediated communication (CMC) melibatkan manusia, teknologi, dan komunikasi. Manusia sebagai sumber daya menggunakan teknologi sebagai alat untuk menyampaikan pesan dengan komunikasi. E-filantropi dan khalayaknya yang berinteraksi dengan CMC dengan kaidah budaya siber (*cyberculture*) – atau sebagian sarjana menyebutkan masyarakat siber (*cyber society*) – merefleksikan kehadiran manusia, masyarakat, dan kreativitas dari penggunaan teknologi internet. (Thurlow, Lengel, & Tomic, 2004) menyebutkan bahwa keberhasilan CMC sebagai moda komunikasi diindikasikan karena beberapa faktor yaitu: (1) jenis media (surat elektronik atau web) serta jenis komunikasi yang dapat dilakukan dengan media tersebut (berbasis tulisan, berbasis grafik, audio-visual atau kombinasi diantara ketiganya), (2) peserta komunikasi (pria, wanita, tua, muda) serta jumlah peserta yang terlibat seperti *one to one, one to many, or many to many*, (3) durasi relasi yang sudah dibangun, (4) tema dan tujuan yang dibangun dalam skema relasi tersebut, (5) bentuk interaksi sinkronik (*real time*) atau asinkronik dengan interaksi yang tertunda, (6) bersifat publik atau privat dengan atau tanpa supervise pihak lain, (7) sikap dari partisipan komunikasi dalam CMC (antusias, skeptis, setengah hati, atau komitmen) serta berapa lama peserta menggunakan CMC sebagai pendatang baru atau sudah berpengalaman dalam menggunakan teknologi sebagai kanal komunikasi.

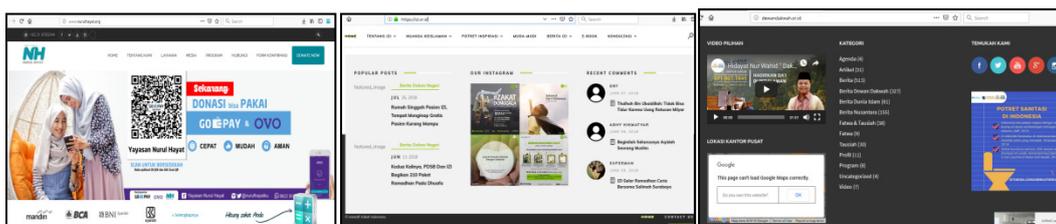
CMC yang dilakukan dalam e-filantropi bukan hanya menunjukkan hubungan natural yang terjadi antara manusia dan teknologi. Dalam konteks e-filantropi dapat dipertanyakan bagaimana CMC mampu menjadikan manusia berfikir tentang beragam sudut pandang dalam melihat hubungan antara manusia dengan kehadiran teknologi dan bagaimana manusia menggabungkan teknologi dalam kehidupan mereka. CMC membantu manusia dalam hal keterjangkauan teknis sekaligus menciptakan determinasi teknologi dan pemicu untuk terjadinya hysteria (Thurlow et al., 2004).

Media Sosial

Selain menggunakan situs resmi (*official*), e-filantropi Islam menambahkan fitur media sosial yang dapat dijangkau dengan lebih mudah dan cepat untuk akses dari telepon genggam pintar. Platform media sosial yang digunakan oleh lembaga filantropi Islam antara

lain: Facebook, Twitter, Instagram, Google+, Youtube, Wikipedia. Facebook dan twitter digunakan oleh semua lembaga filantropi Islam subjek penelitian. Instagram digunakan oleh sebelas lembaga, sedangkan enam lainnya tidak menggunakan *platform* ini (DT, LMI, YDSF, Muamalat, Persatuan Umat Islam). Google+ digunakan oleh (dompet Dhuafa, Inisiatif Zakat Indonesia, yatim Mandiri Surabaya, Al Azhar, LAzisNU, Global Zakat, LazisMU, Dewan Dakwah). Pengguna platform youtube adalah RZ, Dompet Dhuafa, Yatim Mandiri Surabaya, Muamalat, Global Zakat, LazisMU, Dewan Dakwah. *Platform* media sosial whatsapp digunakan pada lembaga Rumah Zakat, Darut Tauhid, Dompet Dhuafa, Inisiatif Zakat Indonesia, Yatim Mandiri Surabaya, Al Azhar, dan Global Zakat. Bm digunakan oleh Rumah Zakat, Darut Tauhid, Dompet Dhuafa, YDSF, Muamalat, LazisNU.

Dalam perspektif teori akomodasi (*accommodation theory*), pola interkasi yang melibatkan lembaga filantropi Islam dengan khalayaknya terjadi dalam dua kemungkinan: konvergensi atau divergensi. Penggunaan media sosial oleh lembaga filantropi sebagai pendukung dari situs resmi sebagai bentuk adaptasi yang dilakukan oleh komunikator dalam rangkaian produksi pesan. Hasil yang diharapkan dari proses dalam akomodasi dan adaptasi ini adalah interaksi sinkroni (*interactional synchrony*) dengan pola interaksi aktif antara komunikator dan komunika dalam hal ini adalah lembaga filantropi dan entitas donatur atau mitra.



Sumber : Situs lembaga filantropi (2018)

Gambar 4. Fitur Media Sosial dalam Situs Nurul Hayat, Inisiatif Zakat Indonesia, Dewan Dakwah Indonesia

Relasi antara lembaga filantropi Islam dan mitra seperti deskripsi yang disampaikan dalam situs resmi lembaga adalah bentuk CMC dalam pengelolaan hubungan profesional. (Walther, 1996) Dalam membangun relasi dengan menggunakan CMC akan terjadi beberapa kemungkinan atas kehadiran “medium” komunikasi yaitu: impersonal, interpersonal, dan interaksi hiperpersonal. Impersonal akan membuat hubungan yang terjadi berjarak selain dalam artian fisik juga berjarak secara emosional. Disisi lain kehadiran CMC dapat mendekatkan jarak fisik dengan bantuan teknologi. Dalam perspektif komunikasi antar pribadi berlaku “*the distance doesn’t separate people, silence does*”. Sedangkan kemungkinan yang ketiga adalah interaksi hiperpersonal dimana pola komunikasi yang dimiliki oleh komunikator dan komunika sangat idiosinkratik dan bebas nilai (*valued free*).

Laporan Keuangan

Prinsip transparansi dalam filantropi juga menjadi bagian dari profesionalitas pengelolaan. Selain melakukan audit kepada akuntan publik untuk menilai kinerja keuangan lembaga, sekaligus hasil audit dilaporkan secara terbuka kepada donatur. Para donatur berhak mengetahui alokasi donasi yang selama ini disampaikan melalui lembaga filantropi Islam. Bentuk laporan keuangan lembaga filantropi selain disajikan dalam situs lembaga (sebagian besar) dalam fitur berita terkini, sebagian dapat diakses melalui buletin lembaga

yang dapat diunduh dari situs. Laporan keuangan disampaikan dalam website oleh delapan lembaga (Rumah Zakat, Yatim Mandiri Surabaya, LMI, YDSF, Muamalat, LazisNU, Persatuan Umat Islam, dan Rumah Yatim). Sedangkan sebagian lembaga secara langsung menyampaikan laporan keuangan kepada donatur.

YDSF	
PERIODE JULI 2018	
PENDANAAN	2.742.000.000
Dana	790.000.000
Pinjaman	800.000.000
Amal Usaha	1.152.000.000
PENDANAAN BERSIH	2.090.000.000
PENDANAAN	2.090.000.000
Program Operasional	1.500.000.000
Program Sosial	200.000.000
Program Pengembangan	390.000.000
PENDANAAN BERSIH	1.590.000.000
PENDANAAN	1.590.000.000
Operasional	1.590.000.000
Sosial	0
Pengembangan	0
PENDANAAN BERSIH	1.590.000.000
PENDANAAN	1.590.000.000
Operasional	1.590.000.000
Sosial	0
Pengembangan	0
PENDANAAN BERSIH	1.590.000.000

Sumber : Situs Lembaga Filantropi Islam (2018)

Gambar 5 Laporan Keuangan Lembaga Manajemen Infaq Ukhuwah Islamiyah, Yayasan Dana Sosial Al-Falah.

Pada masa transformasi yang kompleks, salah satu perubahan terbesar adalah semakin banyak dan beragamnya teknologi komunikasi. Era masyarakat informasi menjadikan masyarakat yang berpengetahuan (*knowledge society*), masyarakat berjejaring (*network society*), negara bermartabat (*intelligent state*), masyarakat infomedia, ruang siber, atau masyarakat siber (Marien, 1996). Masyarakat informasi yang dijelang pada abad 21 ini sudah berubah menjadi masyarakat disrupsi 4.0. Perubahan gradual dalam kelangkaan informasi menjadi era dimana terjadi keberlimpahan dalam semua bentuk informasi. Bell (1989) dalam (Marien, 1996) mencatat fakta bahwa teknologi informasi (IT) menciptakan perubahan dalam semua aspek dari masyarakat dan terjadinya penataan kembali struktur didalamnya.

Sebagai bentuk pengelolaan yang baik dalam lembaga filantropi, akuntabilitas dan transparansi menjadi protokol dalam *standart operasional procedure* (SOP). Laporan keuangan dalam e-filantropi lembaga memberikan kemudahan untuk diakses oleh para donatur dan pihak yang berkepentingan. Prinsip pengelolaan yang baik merupakan bentuk pertanggungjawaban lembaga publik terhadap sumber daya dari masyarakat yang sudah dikelola oleh lembaga. Publik dapat menilai hasil evaluasi atas kinerja program dan keuangan dari lembaga filantropi Islam. *Fintech* tidak dapat dilepaskan dari kehadiran disrupsi 4.0 dimana kecepatan akses atas informasi termasuk didalamnya adalah kinerja lembaga filantropi dapat diakses dengan *platform* e-filantropi.

Mitra

Fungsi lembaga filantropi Islam dalam arus gerak keadilan sosial dapat melingkupi sebagai: inovator, inkubasi ekonomi (*entrepreneurship*), menggandeng mitra dalam konsep *shareholders*, serta merangkul donatur sebagai investor. Selain melakukan mekanisme penggalangan dana dari individu, lembaga filantropi juga melakukan kerja sama kemitraan dengan entitas atau lembaga lain. Beberapa program filantropi lembaga merupakan hasil dari kerja sama yang dilakukan oleh lembaga dengan korporasi. E-filantropi yang melibatkan mitra dari subjek penelitian ini adalah Rumah Zakat, Darut Tauhid, Hidayatullah, Dompot Dhuafa, Inisiatif Zakat Indonesia, Yatim Mandiri Surabaya, Al Azhar, LazisMU, Dewan Dakwah, Rumah Yatim. Sebagai contoh: Rumah Zakat melakukan kerja sama kemitraan dengan beberapa korporasi dalam skema tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Beberapa mitra Rumah Zakat antara lain: HSBC, Mandiri, Indosat, CIMB Niaga, Perusahaan Gas Negara dan beberapa

korporasi besar lainnya.



Sumber : Situs Lembaga Filantropi Islam (2018).

Gambar 4 Link Mitra Rumah Zakat, Perkumpulan Persatuan Islam, Al Azhar Peduli

Pelibatan korporasi dalam aktivitas filantropi lembaga merupakan bentuk sinergi yang dilakukan untuk pencapaian tujuan bersama secara lebih integratif. Pola kemitraan yang dilakukan oleh entitas ini dapat menjadi penguatan pada program filantropi. Konsep jaringan (*networking*) dikembangkan oleh lembaga filantropi Islam dalam membangun hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan entitas lain. Lembaga filantropi dan entitas mitra menjadi elemen dalam sebuah organisasi dengan tujuan bersama yang dirumuskan dalam obligasi setiap elemen untuk dipenuhi.

Konteks komunikasi organisasi hubungan tersebut disebut sebagai *interorganizational networks*. (Eisenberg Jr., L., & Trethewey, 2010) menulis bahwa pola kerja sama diperlukan oleh organisasi untuk mendapatkan wawasan dan pengembangan dalam beragam konteks. Kerja sama antar komunitas dilakukan dalam membangun koalisi formal dan atau informal untuk memaksimalkan mobilitas pengetahuan dan sumber daya komunitas. Pembangunan konsep kemitraan juga dapat melahirkan identitas kolektif untuk penguatan dan pemberdayaan lembaga filantropi Islam.

Masyarakat global menjelang sebuah pergeseran menjadi masyarakat digital. Dalam beberapa waktu terkini, terjadi perubahan atas konsep jaringan. Selama ini jaringan merupakan koneksi antar manusia, antar organisasi, antar komponen menjadi koneksi yang melibatkan masyarakat global. Jaringan komunikasi global telah bertransformasi menjadi komunikasi daring (*online communication*). Perubahan perilaku dalam berkomunikasi telah terjadi terutama dalam perilaku pencarian informasi dan pengembangan hubungan. Survei sebagai bentuk metode pengumpulan data, dalam masyarakat digital hanya perlu dimasukkan dalam platform media sosial dan dalam waktu beberapa menit sudah mendapatkan respon dari seluruh belahan dunia.

Media sosial menjadi ruang publik baru dimana manusia mengembangkan hubungan. Relasi yang dikembangkan dengan beragam *platform*: facebook, instagram, twitter dan lain sebagainya. Dalam konteks ini, lembaga filantropi Islam melakukan perawatan hubungan (*maintaining relationship*) dengan memberikan informasi tentang *up date* aktivitas kedermawanan yang sudah dilaksanakan. Beberapa lembaga filantropi Islam juga menyediakan media interaktif yang bekerja secara 24/7 untuk memberi informasi dan tetap terkoneksi dengan mitra.

Simpulan

Pola perubahan filantropi Islam dengan mengambil posisi pada era disrupsi 4.0 adalah bentuk adaptasi atas dinamika sistem diluarnya. Dari enam kategori protokol yang diteliti dalam penelitian ini, meliputi: profil lembaga, program lembaga, layanan lembaga, media sosial, laporan keuangan dan mitra dalam fitur web menunjukkan bahwa setiap penyedia memiliki banyak perbedaan terutama dalam hal penempatan fitur, penyajian *content*, pemilihan *font*, setting, gambar dan grafis yang digunakan tetapi hasil penelitian ini mengungkap atas semakin menunjukkan profesionalitas lembaga dalam membangun kepercayaan atas donasi yang telah disampaikan kepada lembaga untuk dikelola.

Kehadiran teknologi komunikasi yang selalu berkembang menjadikan manusia semakin mudah melakukan komunikasi dengan melibas dimensi jarak, waktu, dan jaringan. Hubungan manusia dalam kehidupan ekonomi, pribadi, politik dilakukan dalam kendali jaringan antar benua dan samudera. Sinergi yang dilakukan oleh lembaga filantropi Islam dengan e-filantropi merupakan bentuk adaptasi atas determinasi teknologi meskipun dalam konsep nilai (*virtue*) kaidah determinasi masih perlu didiskusikan. E-filantropi melahirkan teknologi sub-budaya dalam gerak dinamis altruisme Islam dengan pola dan kebiasaan yang idiosinkratis.

Era disrupsi 4.0 sebagai manifestasi dari era revolusi industri dengan segenap tuntutan atas kinerja institusi, bukan hanya pada industri yang *profit oriented* melainkan juga pada kinerja sektor nirlaba. Platform digital yang mulai diinisiasi oleh lembaga filantropi Islam pada satu sisi akan mengarah pada semakin rendahnya biaya operasional lembaga. Meskipun pada awal pendelegasian ini dibutuhkan investasi modal yang cukup tinggi. Sedangkan pada sisi yang lain semakin digital pengelolaan lembaga filantropi, maka kehangatan dalam hubungan antarpribadi yang melibatkan donatur, pengelola (lembaga filantropi), dan penerima donasi semakin "berjarak".

Kehangatan filantropi secara tradisional sering didapatkan dari karitas yang langsung. Tetapi tentu saja bahkan dalam kegiatan filantropi diperlukan kreativitas. Skema regulasi yang menekankan pada kreativitas menjadi salah satu alternatif untuk menghadapi dinamika perkembangan dinamika strategis sistem di luar filantropi. Sebagai bagian dari sistem yang kompleks, respon lembaga filantropi dalam reartikulasi perspektif *mindset* tentang filantropi sangat diperlukan. Perkembangan dialektika atas nilai filantropi akan menjadi wacana baru yang juga membutuhkan kesiapan lembaga filantropi dalam resepsi atasnya. Kaidah filantropi sebagai modal sosial dan potensi sumber daya entitas dalam usaha pembangunan dan pemberdayaan ekonomi, sosial, peradaban. Selayaknya pun dalam filantropi sebagai usaha dalam menciptakan keadilan sosial baik dalam perspektif prosedural maupun substansial, dimana semua orang berhak memiliki akses atas kesejahteraan "*leave no one behind*".

Riset ini masih memiliki banyak keterbatasan, oleh sebab itu diperlukan riset-riset selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang komprehensif tentang filantropi Islam. Pemetaan potensi dan pola filantropi umat dapat dilakukan dengan paradigma positivistik. Serangkaian karakteristik dari responden dapat dihubungkan untuk mendapatkan deskripsi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam aktivitas filantropi Islam. Dalam kajian sosial dan budaya, filantropi Islam dapat digali dengan menekankan pada urgensi dan kontribusi secara lebih mendalam dengan beragam pendekatan.

Umat sebagai bagian dari pemegang saham dari lembaga filantropi Islam dapat memberi kontribusi dalam manajemen praktik lembaga filantropi Islam. Peran yang diberikan tidak selalu dalam bentuk keikutsertaan secara aktif dalam pengelolaan. Memberikan evaluasi, supervisi, dan masukan atas kinerja lembaga filantropi merupakan hal-hal yang dapat

dilakukan oleh umat. Sinergi yang mutualistik –dalam konteks motivasi transedental- antara lembaga filantropi Islam dan umat dapat mendorong terwujudnya keadilan sosial secara lebih menyeluruh.

Secara praktis dapat disampaikan saran untuk tidak terjebak dalam dominasi diantara lembaga filantropi Islam sebagai efek dari *platform* digitalisasi filantropi maka diperlukan semacam konsensus diantara lembaga filantropi Islam terkait dengan *core business* yang akan dikembangkan oleh setiap lembaga filantropi. Konsorsium dalam era kovergensi media dengan pergeseran media lama dan media baru bukan hanya tentang seberapa dominan teknologi berkontribusi melainkan juga tentang bagaimana membuat semua pihak dapat mengawal dan berpartisipasi dalam pembangunan keadilan sosial. Dalam filantropi, seperti kaidah McLuhan tentang kanal yaitu “*the medium is the message*” maka penggunaan kanal dalam distribusi ragam pesan menjadi pesan itu sendiri. Kemampuan adaptif, secara cepat dan tepat menjadikan bagian tidak terpisahkan dalam pengelolaan lembaga filantropi.

Daftar Pustaka

- Abdurahim, A., Sofyani, H., & Wibowo, S. A. (2018). Membangun Good Governance Di Lembaga Amil Zakat, Infaq Dan Sadaqah (LAZ): Pengalaman Dua LAZ Besar Di Indonesia. *Jurnal Inferensi* Vol. 12, No.1, Juni 2018, Doi : 10.18326/Infs13v12i1.45-64.
- Almarri, J. A. (2015). Social Entrepreneurship And Islamic Philanthropy. *Int. J. Business And Globalisation*, Vol. 15, No. 3, 405–424.
- Bahjatullah, Q. M. (2016). Pengembangan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kegiatan Filantropi (Studi Kasus Lembaga Tazakka DIII Perbankan Syariah lain Salatiga). . *Jurnal Inferensi* Vol.10, No.2, Desember 2016. , Doi :10.18326/Infs13.V10i2.473-494.
- Barton, G. (2014). The Gülen Movement, Muhammadiyah and Nahdlatul Ulama: Progressive Islamic Thought, Religious Philanthropy and Civil Society in Turkey and Indonesia. *Islam and Christian–Muslim Relations* Vol. 25, No. 3, 287–301, <http://dx.doi.org/10.108>.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *Komunika*, 263-281 DOI 10.24090/komunika.v11i2.1369.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook Of Qualitative Research* 3rd ed. London: Sage Publication.
- DeVito, J. A. (2013). *Interpersonal Communication Book 13th ed.* Pearson Education.
- Eisenberg, E. M., Jr., H. L., & Trethewey, A. (2010). *Organizational Communication: Balancing Creativity And Constraint*. Boston: Bedford/St.Martin’s.
- Fauroni, R. L. (2011). Model Pemberdayaan Ekonomi Ala Pesantren Al-Ittifaq Rancabali Kab. Bandung. . *Jurnal Inferensi* Vol. 5, No. 1, Juni 2011, Fauroni, R Lukman. 2011. Model Pemberdayaan Ekonomi Ala PesaDOI: <http://dx.doi.org/10.18326/infs13.v5i1.1-17>.
- Fauzia, A. (2010). Religious giving di Indonesia: Studi kasus filantropi Islam. In Dialog, *Jurnal Penelitian dan Kajian Agama*, XXXIII (69), 51-64.
- Fauzia, A. (2013). *Faith and the State: A History of Islamic Philanthropy in Indonesia*. leiden: Brill.
- Fauzia, A. (2017). Islamic philanthropy in Indonesia: Modernization, islamization, and social justice. *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 10(2) , 223-236.
- Floyd, K. (2011.). *Interpersonal Communication*. New York: McGraw Hill.

- Fuadi, A. (2012). Towards The Discourse Of Islamic Philanthropy For Social Justice In Indonesia. *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Afkaruna*. Vol. 8 No. 2 Juli - Desember 2012, 92-102 Doi 10.18196/Aiijis.2012.0008.
- Ghafur, R. A. (2013). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Optimalisasi Pengelolaan Wakaf Tunai (Studi Kasus Pada Laz Baitul Maal Hidayatullah Dan Yatim Mandiri Cabang Lampung). *Jurnal Inferensi* Vol. 7, No. 2, Desember 2013. , DOI: <http://dx.doi.org/10.18>.
- Latief, H. (2010). *Transforming the Culture of Giving in Indonesia: The Muslim Middle Class, Crisis and Philanthropy*. Jepang: Paper dipresentasikan pada Nanzan University Asia-Pacific Research Center Laporan No. 11.
- Littlejohn, S. W. (2000). *Theories of Human Communication 7th ed*. London: Wardsworth Publishing.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. London: Sage Publication.
- Mahfud, C. (2018). Filantropi Islam Di Komunitas Muslim Tionghoa Surabaya: Ikhtiar Manajemen Zakat Untuk Kesejahteraan Dan Harmoni Sosial. *Jurnal Inferensi* Vol.12, No.1, Juni 2018, Doi : 10.18326/infsl3v12i1.149-176.
- Marien, M. (1996). New communications technology: a survey of impacts and issues. *Telecommunications Policy*, 20(5), 375–387.
- Marwell, G., & Schmitt, D. R. (1967). Dimensions of Compliance-Gaining Behavior: An Empirical Analysis. . *Sociometry*, Vol. 30, No. 4 (Dec., 1967) , 350-364.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication.
- Munadi, M., & Susilayati, M. (2016). Kinerja Lembaga Zakat Dalam Pemberdayaan Ummat (Studi Pada Web Dompot Dhuafa, LAZISNU dan LAZIS Muhammadiyah). *Jurnal Inferensi* Vol. 10, No.2, Desember 2016, 289-308 Doi. 10.18326/infsl3.v10i2.289-308.
- Nasrullah. (2015). Regulasi Zakat Dan Penerapan Zakat Produktif Sebagai Penunjang Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Pada Baitul Mal Kabupaten Aceh Utara). . *Jurnal Inferensi* Vol. 9, No. 1, Juni 2015. , DOI <http://dx.doi.org/10.18326/infsl3.v9i1.1-24>.
- Neuman, L. W. (2007). *Basics of Social Research. Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.
- O'Leary, S. D., & Brasher, B. E. (1996). The Unknown God of the Internet: Religious Communication from the Ancient Agora to the Virtual Forum. In C. E. (ed), *Philosophical Perspectives on Computer-Mediated Communication* (p. 233). Albany: State University of New York.
- Rahmawati, Y. (2016). Hibriditas New Media Komunikasi dan Homogenisasi Budaya . *Jurnal Komunikasi*. Vol. X No. 02, September 2016, 117-128.
- Retsikas, K. (2014). Reconceptualising Zakat In Indonesia. *Indonesia And The Malay World*. 42:124, 337-357.
- Sakai, M. (2014). Establishing Social Justice Through Financial Inclusivity: Islamic Propagation by Islamic Savings and Credit Cooperatives in Indonesia. *TRaNS: Trans –Regional and -National Studies of Southeast Asia*. 2 pp 201-222 , doi:10.1017/trn.2014 .
- Sriyana, J. (2013). Peran BMT Dalam Mengatasi Kemiskinan Di Kabupaten Bantul. . *Jurnal Inferensi* Vol. 7, No. 1, Juni 2013. , DOI: <http://dx.doi.org/10.18326/infsl3.v7i1.29-50> .
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (1998). *Basics of Qualitative Research : Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. London: Sage Publication.

- Sulaiman, A. I., Chusmeru, & Masrukin. (2018). Strategy of Cooperative Islamic Boarding School as Economic Empowerment Community. *Jurnal Inferensi* Vol. 12, No.1, Juni 2018, Doi: 10.18326/infl3v12i1.25-44.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication : Social Interaction And The Internet*. London: Sage Publication.
- Tracy, S. J. (2013). *Qualitative Research Methods Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. West Sussex: Blackwell Publishing.
- Walther, J. B. (1996). Computer-Mediated Communication. *Communication Research*. 23(1), 3–43.