

Submitted 2024-10-28 | Reviewed 2024-11-06 | Revised 2024-11-08 | Accepted 2025-02-16

Memmingkai Kedermawanan di Era Digital: Analisis Wacana Akun Instagram Semangat Sedekah

Framing Generosity in the Digital Era: A Discourse Analysis of the Instagram Account Semangat Sedekah

Romario^{1*}

Email: roma02711@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Hamzah Fansuri

Abstrak

Internet telah memengaruhi ekspresi keberagamaan, baik dari pola, sikap, dan respon. Sedekah sebagai praktik kesalehan dalam Islam untuk memberikan harta kepada yang lebih membutuhkan, telah mengalami pergeseran. Sedekah yang awal mulanya di kelola oleh Musola dan Masjid di lingkungan, kini mulai dikelola oleh sejumlah komunitas filantropi yang menggunakan internet. Terlebih setelah hadirnya media sosial, komunitas filantropi ini semakin mudah menarik donatur, mempromosikan apa motif sedekah, sasaran orang yang diberi sedekah, serta balasan amal kebaikan bagi orang yang bersedekah. Pada penelitian ini fokus kepada salah satu komunitas sedekah di media sosial yaitu Semangat Sedekah. Menggunakan pendekatan netnografi, penelitian ini menganalisis bagaimana Semangat Sedekah menampilkan wacana sedekah, mempromosikan sedekah, dan respon donatur terhadap Semangat Sedekah. Penelitian ini menunjukkan bahwa Semangat Sedekah menarik pengikut media sosial dengan cara menautkan kepada akun Berbagi Semangat yang memposting video viral dan humor, lalu di akun Semangat Sedekah setelah ditampilkan sejumlah postingan anak-anak yang tertimpa sakit parah dan anak yatim. Transparansi yang dilakukan Semangat Sedekah telah mampu membangun kepercayaan bagi donatur Semangat Sedekah melalui situs dan video yang menampilkan bahwa Sedekah telah diberikan kepada yang membutuhkan.

Kata Kunci: Zakat, Sedekah, Media Sosial

Abstract

The internet has influenced religious expression, both in terms of patterns, attitudes, and responses. Almsgiving as a practice of piety in Islam to give wealth to those in greater need, has shifted. Almsgiving, which was initially managed by the Musola and Mosque in the neighborhood, is now being managed by a number of philanthropic communities that use the internet. Especially after the presence of social media, this philanthropic community has found it easier to attract donors, promote the motives for almsgiving, the targets of people who are given alms, and the rewards of good deeds for those who give alms. This study focuses on one of the almsgiving communities on social media, namely Semangat Sedekah. Using a netnographic approach, this study analyzes how Semangat Sedekah displays the discourse of almsgiving, promotes almsgiving, and donor responses

to Semangat Sedekah. This study shows that Semangat Sedekah attracts social media followers by linking to the Berbagi Semangat account which posts viral and humorous videos, then on the Semangat Sedekah account after displaying a number of posts about children who are seriously ill and orphans. The transparency carried out by Semangat Sedekah has been able to build trust for Semangat Sedekah donors through websites and videos that show that Alms have been given to those in need.

Keywords: Zakat, Alms, Social Media

PENDAHULUAN

Kurang optimalnya negara dalam jaminan sosial serta tingginya korupsi dikalangan pejabat terlebih kepada bantuan sosial membuat banyak masyarakat tidak terjamin kehidupan sosialnya. Dalam ranah kesehatan pemerintah sudah menjalankan BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial), akan tetapi dalam praktiknya, pasien BPJS seringkali diacuhkan dan tidak dilayani secara baik oleh dokter dan perawat setempat. Dari data BPJS watch ada 109 tindakan diskriminasi terhadap pasien BPJS dari re-admisi, pemberian obat, hingga kepesertaan yang dinonaktifkan. Tindakan diskriminasi terhadap BPJS inipun diakui Juru Bicara BPJS bahwa dilapangan banyak terjadi tindak diskriminasi (BBC).

Tindakan diskriminasi ini misal dialami Cahyadi yang memiliki dua anak kembar terkena penyakit amandel dan mengharuskan operasi, namun dalam kurun waktu satu bulan tidak ada pemberitahuan kapan operasi dilakukan. Anaknya yang harus berada di urutan enam untuk dioperasi, malah berada di urutan dua puluh, padahal anaknya mengalami sakit yang bertambah parah dan memang sudah direkomendasi untuk segera operasi (BBC). Kasus di atas adalah contoh dari sekian banyak tindak diskriminatif terhadap pasien BPJS. Dalam situasi inilah kehadiran komunitas sedekah sebagai gerakan sipil hadir untuk orang-orang yang mengalami sakit berat, terkhusus anak-anak.

Ketimpangan antara orang kaya dan orang miskin adalah juga permasalahan akut, meski pemerintah mengelola Bantuan Langsung Tunai (BLT), tapi seringkali bantuan tidak tepat sasaran karena banyak yang menerimanya adalah berasal dari kalangan mampu. Ketimpangan antara kaya dan miskin semakin terlihat dari satu persen orang kaya menguasai hampir setengah kekayaan penduduk Indonesia, situasi ini menjadikan orang miskin seringkali tidak berdaya. Dan kemiskinan ini terjadi juga disebabkan permasalahan struktural, mulai dari upah rendah, terbatasnya akses pendidikan dan layanan kesehatan (Purdey dkk., 2023).

Permasalahan ekonomi ini bisa dilacak pada masa Orde Baru, khususnya tahun 1990-an. Krisis ekonomi membuat masyarakat miskin kesulitan, puncaknya pada tahun 1998 krisis moneter yang melanda masyarakat membuat rezim Orde Baru jatuh. Pada situasi ini lembaga filantropi yang lebih teroganisir dibentuk, seperti Dompot Dhuafa, Yayasan Rumah Zakat, Dompot Peduli Umat Daurat – Tauhid, Dompot Sosial Umul Qura', dan lain-lain (Latief, 2010).

Ketika memasuki reformasi perlahan ekonomi sedikit membaik, namun tetap saja terjadi ketimpangan antara orang kaya dan orang miskin. Pada era reformasi kelas

menengah meningkat kesalehan dengan mengikuti berbagai pengajian terutama yang sejalan dengan kondisi kelas menengah. Kajian yang banyak diikuti adalah tentang sedekah yang disampaikan oleh Yusuf Mansyur. Pada ceramahnya Yusuf Mansyur seringkali menyampaikan matematika sedekah, bahwa ketika bersedekah harta yang kembali datang berkali-kali lipat. Yusuf Mansyur mencotohkan orang-orang yang sukses karena sedekah (Kailani, 2015).

Pada perkembangan teknologi media sosial, banyak akun sedekah yang mengikuti konsep matematika sedekah Yusuf Mansyur bahwa dengan bersedekah maka akan ditambahkan berkali lipat. Akun Semangat Sedekah adalah salah satu akun yang memanfaatkan kedermawanan Kelas Menengah untuk turut serta bersedekah terhadap orang-orang yang membutuhkan.

Berdasarkan pemaparan di atas penelitian ini memfokuskan bagaimana wacana sedekah di media sosial? Strategi apa yang digunakan Semangat Sedekah untuk menarik perhatian donatur? Serta bagaimana dampak sedekah media sosial terhadap pandangan warganet?

KAJIAN LITERATUR

Artikel ini mengkaji gerakan sedekah di media sosial yang kini menjadi tren. Kajian mengenai sedekah sudah banyak dilakukan oleh peneliti (Kailani, 2015, Azis, 2018, Kailani & Slama, 2020). Ada dua tipe penelitian tentang Sedekah, yang pertama fokus kepada figur otoritas agama dan yang kedua fokus kepada komunitas sedekah. Fokus pertama dikaji Najib Kailani dalam disertasinya berjudul *Aspiring To Prosperity: The Economic Theology Of Urban Muslims In Contemporary Indonesia*, Najib Kailani mempelihatkan bahwa otoritas agama memainkan peran dalam meningkatnya aktivitas sedekah, hal ini tidak lepas dari meningkatnya keberagamaan dari kalangan Muslim menengah. Kehadiran Yusuf Mansyur sebagai pendakwah mendapatkan sambutan dari kalangan Muslim kelas menengah karena pesan dakwah yang ia sampaikan selaras dengan permasalahan Muslim kelas menengah, bahwasannya dengan bersedekah bisa menyelesaikan hutang piutang serta melipatgandakan ekonomi yang dimiliki atau biasa disebut matematika sedekah situasi ini menghadirkan dengan istilah teologi ekonomi (Kailani, 2015). Kedua fokus kajian kepada semangat sedekah. Yang pertama dari Azis dalam *Sedekah Jalanan: Wacana Kedermawanan Islam, Dakwah, dan Media Sosial di Indonesia*, Azis memfokuskan penelitiannya kepada komunitas Simpul Sedekah (SS) dan Sedekah Rombongan (SR) yang menjadi sebuah fenomena baru dalam masa reformasi, kehadiran komunitas sedekah ini tidak lepas dari maraknya komunitas berbagi yang banyak didirikan oleh anak muda untuk menyelesaikan permasalahan yang ada seperti kemiskinan. SS dan SR memanfaatkan jangkauan media sosial untuk bisa mengumpulkan sedekah dan menyalurkannya secara langsung (Azis, 2018). Yang kedua artikel Najib Kailani dan Martin Slama *Accelerating Islamic Charities In Indonesia: Zakat, Sedekah And The Immediacy Of Social Media*, Penelitian yang dilakukan Najib Kailani dan Martin Slama (2020) memperlihatkan bahwa gerakan sedekah di media sosial diinisiasi aktor non-negara yang bertujuan untuk terciptanya kesejahteraan, namun dalam hal ini diberi catatan keinginan pelaku sedekah tidak hanya berdasarkan kesejahteraan dan keadilan sosial

namun jug keuntungna ekonomi bahwa sedekah bisa melipatgandakan rezeki (Kailani & Slama, 2020).

Hilman Latif sebagaimana dikutip Azis, mengatakan sejak masa reformasi sudah muncul lembaga kedermawanan seperti Rumah Zakat, Dompot Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid (DPU-DT) dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU), berdirinya lembaga ini tidak lepas dari situasi ekonomi Indonesia yang mengalami krisis dari perpindah Orde Baru ke Reformasi (Azis, 2018). Sejak kehadiran Yusuf Manyur dengan matematika sedekah menarik banyak Muslim menengah untuk bersedekah dengan berharap bisa mendapatkan keuntungan ekonomi yang belipat (Kailani, 2015). Perkembangan ini menjadikan tren sedekah menjadi populer dibanding zakat sebagai ibadah wajib bagi yang memiliki kemampuan (Kailani & Slama, 2020). Pada gilirannya, tren sedekah berjumpa dengan media sosial yang membuat penetrasi sedekah dilakukan secara cepat dan saat itu juga.

Penelitian ini memfokuskan kepada akun Semangat Sedekah. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang memperlihatkan tren sedekah karena pengaruh Yusuf Mansyur dengan matematika sedekah, serta melihat kemunculan komunitas sedekah, dan perubahahn fokus kepada sedekah dibanding zakat. Penelitian ini memfokuskan kepada akun Semangat Sedekah. Data dalam penelitian ini didapat dari situs Semagat Sedekah serta media sosial Semangat Sedekah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kajian netnografi dengan menganalisis media sosial Semangat Sedekah beserta situs dari Semangat Sedekah. Penelitian netnografi berguna untuk melihat bagaimana respon warganet dalam postingan media sosial dan tindakan apa yang dilakukan setelah melihat postingan. Pendekatan netnografi memungkinkan untuk melihat bagaimana pola percakapan, perilaku, dan pengguna internet dalam interaksi di ruang media sosial yang bebas. Teks berupa tulisan, foto, dan video menjadi bahan untuk dianalisis serta memaparkan secara holistik. Pada penelitian netnogarfi, sebagaimana etnografi yang terjun ke lapangan untuk memahami kebudayaan suatu komunitas, dalam netnografi peneliti mengamati komunitas yang dibentuk di internet dan hal apa yang dibangun (Bakry, 2017). Penelitian ini penting untuk melihat pengaruh agama terhadap internet, dan pengaruh internet terhadap agama. Pada penelitia ini terlihat pengaruh agama dalam internet yakni terbentuknya sedekah berbasis online yang dijalankan komunitas.

Menurut Konzinets penelitian netnografi memiliki kemampuan menggali tema-tema yang sebelumnya kurang digarap, menguraikan komunitas yang tidak dikenal karakteristiknya, serta melihat pergerseran makna dari informan (Suharnanik & Sholahudin, 2023). Dalam hal ini telah ada pergeseran makna terhadap sedekah di internet.

Pada akun Semangat Sedekah yang memposting ajakan sedekah, orang-orang yang membutuhkan sedekah, dan keutamaan sedekah dari ayat dan hadis menjadi pendoroang pengikut Semangat Sedekah untuk bersedekah. Selain itu, Semangat Sedekah menggunakan situs sebagai laporan uang yang disedekahkan telah sampai kepada orang yang memerlukan sedekah.

Data dalam penelitian akun Semangat Sedekah di instagram yang pada tanggal 6 November 2024 memiliki 478 postingan dan 83 rb pengikut. Fokus dalam penelitian mengkaji seberapa jauh postingan menjangkau warganet, kemudian menganalisis bagaimana respon pengikut Semangat Sedekah yang akhirnya bersedekah. Alasan memilih Semangat Sedekah karena cara promosi yang digunakan sebagai bagian dari akun Berbagi Semangat. Akun Berbagi Semangat membagikan video viral dan aktual, lalu mempromosikan Semangat Sedekah dan membuat sebagian pengikutnya bersedekah. Selain itu data dalam ini memuat situs donasi Semangat Sedekah yang menunjukkan jumlah uang yang disedekahkan, jumlah orang yang sedekah, dan sejumlah komentar doa orang yang bersedekah. Youtube Semangat Sedekah untuk melihat dokumentasi tranpransi Semangat Sedekah terhadap penerima Sedekah.

PEMBAHASAN

Dari Zakat Ke Sedekah

Hilmal latif menyatakan Zakat pada mulanya dikelola oleh pengurus masjid yang disebut modin. Di Mesjid melibatkan kotak amal sebagai tempat menyalurkan infaq dan sedekah. Pada masa pemerintahan Soeharto tahun 1968 didirikan Badan Amil Zakat, tujuan berdirinya lembaga ini adalah mendorong pembangunan yang telah menjadi program Orde Baru. Pada 1982 Soeharto mendirikan Yayasan Amal Bakti Muslim Pancasila yang mendorong Pegawai Negeri Sipil (PNS) secara sukarela bersedekah, walaupun sebenarnya Soeharto secara paksa memotong gaji PNS bulanan (Latief, 2010).

Sebagai bagian rukun Islam, zakat menjadi kewajiban bagi umat Muslim yang memiliki kemampuan. Zakat terbagi dalam dua macam, ada zakat fitrah yang diberikan berupa berat uang yang diberikan saat bulan Ramadha, dan ada zakat maal yang mengharuskan memberi zakat sebesar 2,5 %.Berbagai lembaga organisasi mendirikan lembaga zakat seperti NU dan Muhammadiyah, begitu juga negara yang dikelola dalam Baznas (Badan Amil Zakat Nasional). Zakat menjadi perhantian intelektual Muslim, Amin Rain misalnya mencetuskan Zakat Profesi karena pekerjaan masyarakat adalah orang-orang yang mendapat gaji bulanan, begitu juga dengan Masdar Farid yang menyatakan bahwa orang yang telah membayar zakat maka tidak perlu membayar pajak karena keduanya sama (Retsikas, 2014).

Pada perkembangannya lembaga zakat berdiri diberbagai daerah seperti Baitul Mal Hidayatullah Ponorogo yang salah satu programnya adalah memberikan beasiswa kepada penuntut ilmu (Hidayat & Haryadi, 2018), Yayasan Dana Sosial Al Falah Surabaya yang melakukan penggalangan dana dengan berbagai strategi (Pratama, 2019), Masjid pun menjadi tempat mengumpulkan dan menyalurkan zakat (Afif, 2020) Lembaga zakat pun sampai ke desa-desa dengan salah satunya menyalurkan ke anak yatim (Rohmawati & Soenjoto, 2020) termasuk juga di kampus seperti LAZISWAF (Lembaga Amil Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf) di Universitas Darussalama Gontor (Fadhila, 2021; Latif, Ahmad, Lesmana, & Nabila, 2022)

Akan tetapi setelah Orde Baru, perhatian Muslim kelas menengah lebih diarahkan kepada sedekah yang tidak menjadi kewajiban Muslim. Kelas menengah dilihat dari konsumsi dan produksi, bahwa kelas menengah menghabiskan uang Rp 30.000 sampai Rp

600.000 perhari, dan memiliki pendapatan Rp 3.000.000 sampai Rp 10.0000.000 perbulan. Ariel Heryanto menyebutkan bahwa kelas menengah memiliki tempat tinggal yang baik dengan pendapatan yang stabil, berpendidikan, dan menduduki berbagai profesi seperti birokrat, manajer, profesional, dan berbagai bidang lainnya. Sedangkan H.W. Dick melihat kelas menengah dari apa yang ditentukan seperti aset, alat komunikasi, dan gaya hidup, memiliki barang-barang seperti lemari es, mobil, sepeda motor, telepon seluler dan berbagai barang berharga lainnya. Pada tahun 1990-an kelas menengah berperan dalam menjalankan praktik sedekah di tengah krisis negara (Triantoro dkk., 2021).

Diskursus sedekah ini menjadi dominan karena memiliki teologi ekonomi yang memberikan imbalan kepada Muslim kelas menengah berupa rezeki yang bertambah, urusan yang diperlancar, dan dihindarkan dari segala musibah. Di sisi lain lembaga zakat yang ada tidak menyelesaikan persoalan masyarakat miskin, sehingga membuat Muslim kelas menengah lebih mengarahkan uangnya untuk sedekah. Singkatnya pergeseran dari zakat ke sedekah terjadi karena memberikan imbalan yang instan baik dalam bentuk spritual maupun material. Sedekah kemudian dengan kemajuan teknologi, tersedi dalam perangkat digital, ihwal ini mempermudah Muslim kelas menengah menyalurkan dana mereka.

Sedekah sendiri lebih luas dibanding dengan zakat, bahwa sedekah bisa berbentuk materi maupun non materi seperti senyuman. Popularitas sedekah menjadi populer di kalangan Muslim kelas menengah perkotaan, meningkatnya taraf hidup Muslim kelas menengah menghasilkan penafsiran Islam yang selaras dengan kehidupan mereka, bahwa agama Islam menganjurkan orang-orang untuk menjadi kaya, bahwa dengan bersedekah akan melipatgandakan pendapatan. Menurut survei Alvara Reseach Center yang mewawancarai 1200 responden Muslim kelas menengah, bahwa 100 % menyalurkan sedekah ke masjid/musola, 40,5 % langsung memberikan kepada yang membutuhkan, dan 20, 9 % sedekah melalui lembaga zakat (Alvar Reseach Center, 2017). Wacana ini di dorong oleh sejumlah aktor seperti Yusuf Mansyur dan Ippho Santosa, mereka menjadikan tema sedekah sebagai seminar motivasi bagi kalangan Muslim menengah, buku Ippho Santosa yang berjudul *7 keajaiban rezeki* menjadi tajuk seminarnya bagi Muslim menengah yang berwirausaha. Kebanyak Muslim menengah yang berasal daari lulusan perguruan tinggi tidak mampu untuk masuk ke pekerjaan formal dan pegawai negeri, hingga mereka memilih untuk menjadi wirausahawan. Yusuf Mansyud dan Ippho Santosa mengutip sejumlah ayat dan hadis tentang sedekah untuk memberi motivasi Muslim kelas menengah bersedekah. Ippho Santosa dalam bukunya menguti Sahabat Nabi yang kaya raya, Abdurrahman bin Auf untuk menjadi *role model* Muslim yang saleh tetapi juga kaya. Ajakan bersedekah ini juga dianjurkan untuk melaksanakan sejumlah salat sunah, seperti Salat *ba'diyah* dan *qabliyah*, salat Dhuha, dan Salat Tahajud. Ibadah sunah tersebut ditafsirkan sebagai jalan memperlancar rezeki. Selanjutnya Yusuf Mansyur dan Ippho Santosa menceritakan bukti-bukti setelah mereka bersedekah banyak urusan mereka yang pada akhirnya dilancarkan (Kailani, 2015).

Era Reformasi membuka ruang bagi lembaga filantropi yang profesional, ihwal ini karena kebutuhan Muslim kelas menengah yang merasa sedekah mereka tidak teroganisir dengan baik. Lembaga filantropi lalau menganut sistem manajemen perbankan dan

mempekerjakan tenaga profesional (Latief, 2010). Kehadiran ini selanjutnya membentuk komunitas sedekah yang kebanyakan berkembang di Yogyakarta seperti Sedekah Rombongan yang pendirinya adalah Saptuari Sugiharto. Sama seperti Yusuf Mansyur dan Ippho Santosa, Saptuari menjadi motivator sedekah dengan menulis sejumlah buku tentang sedekah yang menjadikannya pengusaha sukses. Saptuari mengadakan seminar di sejumlah hotel untuk kalangan Muslim kelas menengah yang berwirausaha.

Berdirinya Semangat Sedekah

Kehadiran komunitas Semangat Sedekah bukanlah fenomena baru, berbagai komunitas sedekah sudah dulu hadir seperti Aksi Cepat Tangga (ACT), Sedekah Rombongan, dan Simpul Sedekah. Nur Azis Kurnianto adalah pendiri berbagi semangat yang mewadahi semangat sedekah. Nur Azis memiliki usaha peternakan kucing dengan nama *upstair cattery*. Dalam *feed* intgram Nur Azis berjumpa dengan dai populer Aa Gym. Dalam kiprahnya sebagai dai populer, Aa Gym pernah menerbitkan buku yang berjudul *Saya Tida Ingin Kaya Tapi Harus Kaya* yang menafsirkan ulang tentang sosok Nabi Muhammad sebagai pedagang yang dapat dipercaya, pekerja keras dalam menjalankan bisnis, dan teladan bagi umat Muslim dalam etos kerja. Aa Gym sendiri memiliki berbagai bisnis dengan merek MQ yang juga menjadi ciri khas dakwahnya yang menonjolkan MQ (Manajemen Qolbu). Dalam pandangan Aa Gym bahwa menjadi kaya bukanlah hal masalah karena dengan kekayaan seorang Muslim bisa menggunakannya untuk membangun tempat ibadah, mendirikan panti sosial, dan berangkat haji atau umrah. Persepsi ini merubah pandangan terhadap orang kaya yang sebelumnya dipandang sebagai orang yang mencurigakan. Apalagi di masyarakat pedesaan dipercayai bahwa orang kaya tertunda masuk surga karena banyaknya pertanyaan akibat kekayaannya yang menumpuk (Kailani, 2015).

Dalam *feed* instagram Nur Azis ia menjadikan ceramah Ustaz Khalid Basalamah dan Ustaz Adi Hidayat sebagai *feed* story terutama ceramah yang berhubungan dengan pekerjaan dan kesuksesan. Nur Azis adalah kelas menengah yang memiliki wirausaha yang membuat sedikit waktu luang untuk membuat filantropi digital. Nur Azis berkejasama dengan kitabisa.com dalam penyaluran di situs Semangat Sedekah. Sosok Nur Azis bisa digolongkan dalam generasi milenial yang melek terhadap perkembangan teknologi dan informasi sehingga memiliki kemampuan untuk mengelola Semangat Sedekah. Anggota Semangat Sedekah juga terdiri dari generasi milenial yang memiliki kemampuan untuk mengoperasikan teknologi informasi, mengelola situs, memposting gambar di linimasa Semangat Sedekah, dan mengunggah video donasi di akun Semangat Sedekah. Ihwal ini dapat dijumpai di berbagai lembaga filantropi yang mulai banyak merekrut generasi milenial yang mampu mengoperasikan teknologi informasi seperti di Baitul Muazzalan Indonesia (Rasian dkk., 2023).

Kemunculan Semangat Sedekah adalah keberlanjutan dari komunitas sedekah yang ada, Sedekah Rombongan dan Simpul Sedekah adalah dua komunitas yang tumbuh di Yogyakarta, hal yang sama dari Semangat Sedekah yang tumbuh di Yogyakarta. Semangat Sedekah sudah mulai berdiri pada tahun 2015, dan resmi berbadan hukum sejak tahun 2017. Semangat Sedekah menggunakan slogan “Aksi nyata membantu sesama”.

Semangat Sedekah adalah bagian dari akun Berbagi Semangat (@berbagaisemagat) yang memiliki dua program yakni menikah dengan nama akun @semangatmenikah dan sedekah dengan nama akun @semangatsedekah. Akun berbagi semangat memiliki pengikut sebanyak 1,2 JT, dan memposting baik video dan meme sebanyak 53,9 RB¹. Hal yang menarik dari Berbagi Semangat adalah 71 akun yang diikuti kebanyakan berisi ustaz yang populer di media sosial dengan berbagai macam latar belakang afiliasi serta beberapa komunitas islami. Fenomena ini serupa dengan pendiri Simpul Sedekah, Haris Hemawan yang berjejaring dan berjumpa dengan berbagai macam Ustaz yang memiliki latar belakang (Azis, 2018).

Akun Berbagi Semangat menampilkan tidak hanya postingan yang islami namun juga postingan humor atau hal-hal yang sedang aktual dengan diselengi postingan untuk bersedekah terutama kepada anak-anak yang mengalami sakit. Pada akun Semangat Sedekah dikhususkan untuk memposting orang-orang yang memerlukan donasi yang paling sering adalah anak-anak yang mengalami sakti parah dan anak yatim piatu. Transparansi dan jumlah donatur ditampilkan pada situs Semangat Sedekah, dalam memperjelas transparasinya Semangat Sedekah memposting video sedekah yang mereka salurkan kepada orang-orang membutuhkan donasi yang telah mereka posting sebelumnya. Pada bulan Juni 2023, data di situs Semangat Sedekah menunjukkan jumlah donasi sebesar 6 Miliar lebih, 398 sedekah yang terlaksana, dan ada 31 ribu lebih donatur. Hal ini membuat Semangat Sedekah menjadi lebih transparansi bagi donatur. Tren transparansi di situs ini juga ditampilkan pada Lazisnu yang berada di bawah naungan NU dan Lazismu yang berada di bawah naungan Muhammadiyah. Akan tetapi Semangat Sedekah adalah komunitas yang hadir bukan di bawah naungan ormas Islam NU maupun Muhammadiyah.

Transparansi ini terbantuan dengan situs *realtime* Semangat Sedekah, setiap donatur bisa memantau data yang diperbaharui setiap harinya, jumlah yang telah dikumpulkan, dan sedekah yang telah diberikan. Bentuk pemberian sedekah pun ditayangkan melalui kanal Youtube Semangat Sedekah. Hal ini lah yang membuat Semangat Sedekah dipercayai oleh donatur.

Postingan Semangat Sedekah

Pengguna Instagram berada peringkat empat di dunia dengan 89, 15 juta pada tahun 2023. Sedangkan pengguna internet pada tahun 2023 sebesar 215,63 juta. Perkembangan ini tidak lepas dari arus interaktif masyarakat global dan runtuhnya Orde Baru. Media massa yang awalnya dikekang oleh Orde Baru, kini bisa dikelola oleh siapapun secara mandiri. Situasi ini mempermudah masyarakat mengakses berbagai informasi, sosial, ekonomi, politik, dan juga hiburan. Masyarakat kelas menengah aktif menggunakan berbagai media sosial termasuk instagram. Pada media sosial instagram disediakan berbagai akun hiburan dan informasi.

Untuk menarik para donatur bersedekah, Semangat Sedekah mengoptimalkan instagram sebagai media mempromosikan sedekah. Kehadiran instagram yang menonjolkan

¹ Diakses pada tanggal 12 Juni 2023

foto, video, dan meme memang memungkinkan dakwah dipahami secara cepat (Nisa, 2018). Dalam mengajak sedekah Semangat Sedekah menampilkan postingan *Yuk Bismillah Jangan Lupa Sedekah, biar makin dipermudah*, sedekah dijadikan solusi atas segala permasalahan hidup, meyakinkan pembaca bahwa dengan sedekah hidup bisa lebih dipermudah. Sejumlah ayat dan hadis yang terutama berhubungan dengan sedekah juga menjadi postingan Semangat Sedekah. Fenomena memposting ayat dan hadis ini tidak lepas dari meningkatnya wacana hijrah yang beririsan dengan pemahaman Salafi dengan kembali ke Al-Quran dan Hadis. Quran dan Hadis adalah sumber utama dalam ajaran Islam, dengan menampilkan sejumlah ayat dan hadis, Semangat Sedekah melegitimasi postingan mengajak sedekah. Misal hadis mengenai pedagang bersedekah, sedekah dapat menolak bala, sedekah dapat menjadi amal jariyah, harta tidak berguna ketika mati, serta kelebihan bersedekah.

Gambar 1
Postigan Semangat Sedekah



Semagant Sedakah tampak menggunakan logika yang sama dengan Yusuf Mansyur terkait matematika sedekah yang mengajak dengan bersedekah bisa melipatgandakan harta. Gagasan yang diposting oleh Semangat Sedekah tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan Yusuf Mansyur baik dalam buku-bukunya dan dakwah yang ia sampaikan. Hanya saja medium yang digunakan berbeda, mereka lebih mengedepankan daya visual dengan mengutip berbagai ayat dan hadis, serta orang-orang yang membutuhkan sedekah.

Sedekah Bagi Orang Yang Bergajih

Semangat Sedekah pada postingan setiap awal bulan menyasar orang gajian untuk bersedekah dengan kalimat *waktunya gajian realisasikan wujud syukurmu, ketika gaji datang Yuk manfaatkan kesempatan bersedekah selagi lapang*. Kebangkitan Muslim kelas menengah terutama di perkotaan adalah orang-orang yang sibuk bekerja di kantor baik di bawah institusi negara maupun institusi swasta, dan kebanyakan sistem gaji para pekerja kota bukanlah digaji per hari, tapi digaji perbulan, baik profesi sebagai guru, dokter, pegawai, dan lain-lain. Dengan menargetkan orang-orang seperti itu, maka Semangat Sedekah berupaya menarik “orang-orang gajian” bersedekah.

Sasaran untuk orang bergaji ditunjukan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Pegawai Swasta yang mendapatkan pembayaran setiap bulan. Jika pada masa Orde Baru gaji PNS bulanan langsung dipotong untuk dimasukan ke Yayasan Amal Bakti Muslim Pancasila (Latief, 2010). Pada masa reformasi ini, zakat dibebaskan kepada PNS untuk

membayarkannya, dengan meningkatnya kesadaran bersedekah, hal inilah yang mendorong PNS dan karyawan kantor yang bergaji untuk turut bersedekah.

Stabilitas ekonomi masa reformasi meningkatkan pendapatan kelas menengah, khususnya yang bekerja sebagai PNS dan karyawan kantor. Di kalangan Muslim kelas menengah, Islam menjadi bentuk yang populer, yang lebih dinamis membedakan Islam dalam bentuk budaya konvensional (Jati, 2015). Muslim kelas menengah mengikuti berbagai kajian untuk meningkatkan kesalehan, mengonsumsi pakaian yang islami, mendengarkan musik islami. Inilah yang juga mendorong Muslim kelas menengah untuk ikut andil bersedekah.

Sedekah Bagi Anak Yang Sakit

Perbedaan yang mencolok dari sedekah Yusuf Mansyur adalah postingan bagi orang yang menerima sedekah, yakni anak-anak yang mengalami sakit berat, hal ini sering menimbulkan perasaan iba, dan menggerakkan donatur untuk berdonasi. Meskipun pemerintah sudah membuat program Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) bagi orang-orang yang tidak mampu untuk berobat secara gratis, tapi seringkali pelayanan di Rumah Sakit tidak optimal, banyak pasien yang merasa dikecewakan terutama dari kalangan tidak mampu. Pelayanan Rumah Sakit seringkali diskriminatif, yang enggan melayani orang-orang tidak mampu. Akibatnya hal ini banyak membuat pasien seringkali terlantar, terutama yang mengalami sakit berat, dalam unggahan Semangat Sedekah ada banyak sekali foto anak-anak yang sakit berat mulai dari bayi sampai anak-anak mereka mengalami sakit kanker darah, jantung bocor, kanker mulut, kelainan penyakit lahir, leukimia, dan lain-lain. Di dalam situs Semangat Sedekah dicantumkan foto anak-anak yang mengalami penyakit serta donasi yang terkumpulkan secara transparan. Dalam situs juga dicantumkan ajukan penggalangan, bagi pasien yang memerlukan donasi, dalam situs dengan rinci ditampilkan dalam Youtube Semangat Sedekah dan beberapa foto anak yang sakit, disertai kronologi kejadian.

Pelayanan kesehatan yang di kelola negara tidak optimal dan seringkali diskriminatif terhadap orang miskin, banyak layanan kesehatan lebih mengutamakan kelas menengah atas (Pandu, 2021). Inilah yang mendorong berbagai komunitas mengumpulkan dana secara mandiri yang kemudian disalurkan kepada orang miskin yang mengalami sakit. Dalam hal ini Semangat Sedekah mendorong pengikutnya dengan menyalurkan kepada anak yang mengalami sakit kritis.

Sedekah Subuh

Hal menarik dari Semangat Sedekah adalah ajakan sedekah subuh, hal ini berdasarkan hadis:

Dari Abu Hurairah RA bahwa Nabi SAW bersabda: "Tidak ada suatu hari pun ketika seorang hamba melewati paginya kecuali akan turun (datang) dua Malaikat kepadanya lalu salah satunya berkata; "Ya Allah berikanlah pengganti bagi siapa yang menafkahkan hartanya", sedangkan yang satunya lagi berkata; "Ya Allah berikanlah kehancuran (kebinasaan) kepada orang yang menahan hartanya (bakhil)". (HR Bukhari dan Muslim)

Ajakan sedekah subuh salah satu yagn menonjol dalam postingan @semangatsedekah, fenomena ini tidak lepas dari semangat hijrah yang menggerakkan salat subuh berjamaah, kegiatan ini misalnya hadirnya komunitas Pejuang Subuh yang ada di Bandung (Lengauer, 2018). Kehadiran komunitas pejuang subuh tidak lepas dari kondisi jamaah saat salah subuh yang sedikit, dikarenakan banyak yang masih tidur lelap. Adanya postingan sedekah subuh mengajak orang yang sudah melaksanakan salat subuh agar turut bersedekah saat subuh, karena sedekah subuh memiliki keutamaan yang lebih dibanding sedekah lainnya. Hal ini berdasarkan Hadis yang telah dikutip Semangat Sedekah.

Waqaf Al-Quran

Bentuk program yang dijalankan Semangat Sedekah adalah Wakaf Al-Quran, mereka mengumpulkan sejumlah donasi untu membeli Al-Quran yang kemudian disalurkan ke seluruh Indonesia. Dalam situsnya Waqaf Al-Quran memuat kutipan *Sedekah Jariyah Terbaik, Waqaf Al-Quran 1 huruf 10 kebaikan* lalu mengutip hadis *Apabila manusia meninggal dunia maka terputuslah amalnya kecuali tiga perkara, shadaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat, anak shaleh yang mendoakanya* kemudian disampingnya tertera foto anak perempuan dengan jilbab hijau. Pada platform Waqaf Al-Quran disajikan pencairan dana yang telah dilakukan. Dalam situsnya dicantumkan jumlah donasi yang terkumpul mencapai Rp. 200.440.747, menampilkan jumlah donasi dari yang terbaru hingga yang terbesar, dalam situs dicantumkan jumlah donatur terbesar adalah Rp. 10.000.000 dan terdapat 4.454 lebih donatur. Semangat Sedekah mengambil 5 % untuk keperluan administrasi yang dikelola profesional. Pada situs juga dicantumkan kolom doa bagi donatur, berharap segala permasalahan hidup diperlancar dan bersedekah atas nama orazng tua yang sudah meninggal. Di dalam komentar ada tombol “Aamiin” yang menunjukan jumalh yang mengamini doa yang ada di komentar, total komentar doa ada 791.

Untuk mengajak donatur berwakaf, Semangat Sedekah mengutip sejumlah pendapat ulama tentang keutamaan Wakaf, seperti Syaik Abdullah Ali Bassam yang berkata *Wakaf adalah shadaqah yang paling mulai. Allah menganjurkannya dan menjanjikan pahala yang sangat besar bagi pewakaf, karena sedekah wakaf haru terus mengalir menuju kepada kebaikan dan maslahat*. Lalu diterangkan manfaat wakat di antaranya membantu kemasalahatan umun dalam rangkan menolong anak yatim, janda, fakir miskin, lalu pahala yang terus mengalir bagi pewakaf.

Fenomena Wakaf sebagaimana dipaparkan Amelia Fauzia, dkk masih terbatas pada tujuan ibadah ritual seperti wakaf untuk pembangunan masjid, sedangkan wakaf untuk pengembangan pendidikan, sosial, dan ekonomi masih belum mendapat perhatian, sehingga wakaf masih tidak dalam bentuk yang produktif (Fauzia dkk., 2019). Hal yang sama terlihat dalam bentuk Wakaf Al-Quran yang dikelola Semangat Sedekah masih menunjukan wakaf dalam bentuk ibadah ritual, agar mushaf Al-Quran tersalurkan ke berbagai wilayah Indonesia. Dalam Wakaf yang di kelola Semangat Sedekah tidak ada wakaf untuk beasiswa pendidikan untuk penerima wakaf, ihwal ini memperlihatkan masih abainya bentuk wakaf dalam pendidikan.

Sedekah Rumah Yatim Tahfidz

Program dari Semangat Sedekah lainnya adalah Sedekah untuk Rumah Yatim Tahfiz. Sama seperti Waqaf Al-Quran, dalam Sedekah Rumah Tahfiz disediakan fitur transparansi uang yang dikumpulkan, dalam situsnya terkumpul uang 500 juta lebih, dalam platformnya juga mengutip hadis *Apabila manusia meninggal dunia maka terputuslah amalnya kecuali tiga perkara, shadaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat, anak shaleh yang mendoakanya*. Bahwa sedekah terhadap anak yatim, apalagi anak yatim yang belajar menghafal Al-Quran maka mendapatkan sedekah jariyah, sebuah amalan yang dibawa ketika mati. Jumlah donaturnya mencapai 4.000 lebih, dan terbesar adalah sedekah sebanyak 15 juta.

Sejarah berdirinya Rumah Yatim tidak lepas dari peran Muhammadiyah yang membangun panti asuhan hingga saat ini tersebar di berbagai daerah, anak yatim yang tinggal di panti asuhan di berikan akses untuk mendapatkan pendidikan (Latief, 2013). Apa yang dilakukan Semangat Sedekah adalah program yang sebelumnya sudah dilaksanakan oleh Muhammadiyah, hanya saja dalam hal ini meningkatnya tren menghafal Al-Quran, sedekah untuk anak yatim ditujukan untuk mendapatkan pendidikan dalam menghafal Al-Quran.

Efisiensi Sedekah: Kehadiran Mobile Banking

Saluran sedekah sebelum biasanya disalurkan melalui masjid atau orang-orang terdekat yang tidak mampu yang berada di sekitar lingkungan, cara ini menjadikan pemberian sedekah langsung kepada penerimanya. Adapun yang memiliki kelembagaan dalam menyalurkan keuangan hanyalah zakat yang terlembaga misal sejak zaman Nabi sudah ada pengelola khusus yang disebut amil zakat di Indonesia ada Badan Amil Zakat Nasional (Baznas), karena zakat adalah rukun Islam dan diwajibkan bagi yang sudah mampu. Sedangkan sedekah seringkali dilakukan secara independen oleh seorang Muslim karena termasuk amalan sunah yang dianjurkan dan tidak diwajibkan.

Zakat dan Sedekah kemudian bisa disalurkan melalui Bank. Meski pada awalnya Bank menjadi hal kontroversi dalam Islam karena adanya bunga Bank, membuat ulama berbeda pandangan ada yang mengharamkan dan ada yang membolehkan. Tetapi kuatnya kebutuhan Bank terutama untuk pembangunan. Bank akhirnya tetap berjalan, namun perubahan yang terjadi adalah upaya Islamisasi Bank dengan adanya Bank yang berbasis Syariah selain daripada Bank Konvensional. Melalui Bank yang kemudian diikuti adanya Anjungan Tunai Mandiri sejak 1980-an mempermudah transaksi keuangan termasuk dalam menyalurkan zakat dan sedekah. Berbagai lembaga zakat mulai membuka rekening Bank untuk kebutuhan saluran yang dikirim orang yang berzakat. Begitupun dengan sedekah, bisa dengan mudah disalurkan melalui ATM.

Sejak kehadiran Mobile Banking yang berada digenggaman ponsel, praktik transaksi keuangan berjalan cepat dan 'segera'. Transaksi keuangan yang sebelumnya harus dilakukan lewat ATM (Anjungan Tunai Mandiri) atau Bank setempat, kini hanya cukup berada di rumah bisa mengirim uang tanpa harus bersusah ke luar rumah menuju ATM atau Bank setempat. Semangat Sedekah mencantumkan rekening Bank hampir dalam setiap postingannya, hal ini bertujuan mempermudah donatur untuk bersedekah melalui

Mobile Banking. Adapun Bank yang dicantumkan di Semangat Sedekah adalah BSI, BNI, BRI, BCA, dan Mandiri. Dipilihnya ke lima bank dikarenakan memiliki nasabah yang signifikan dan umum digunakan masyarakat Indonesia

Orang-orang yang ingin bersedekah kepada Semangat Sedekah hanya cukup mengirimkan uangnya melalui rekening bank yang tersedia dan memberitahukannya kepada admin Semangat Sedekah. Maka Semangat Sedekah menampilkan secara langsung transparansi uang yang telah diberikan di situs Semangat Sedekah. Untuk melaporkan sedekah yang telah disalurkan, Semangat Sedekah menggunakan Youtube sebagai sarana mendokumentasi sedekah yang telah mereka berikan. Kehadiran media sosial yang *realtime* membuat transparansi dan penyaluran lebih terlihat jelas. Para donatur menyaksikan langsung uang yang mereka sedekahkan telah diberikan kepada orang yang berhak menerima (Kailani & Slama, 2020).

Kerjasama Semangat Sedekah dan Kitabisa.com

Apa yang telah diposting Semangat Sedekah dalam postingannya adalah keberlanjutan dari teologi ekonomi yang sering disampaikan. Bahwa sedekah dianggap sebagai harapan untuk menyelesaikan permasalahan terutama masyarakat perkotaan, diharapkan dengan bersedekah mampu membuka pintu rezeki, membayar hutang, mendapatkan pasangan, memiliki anak, mempermudah pekerjaan (Kailani, 2015). Di sisi lain, Indonesia termasuk dalam negara paling dermawan, kesediaan untuk berbagi kepada sesama tidak hanya bentuk sedekah yang termasuk dalam teologi Islam tapi juga kepedulian terhadap sesama. World Giving Index 2021 memberikan peringkat nomor satu kepada Indonesia sebagai negara paling dermawan, ukuran ini melihat seberapa sumbangan kepada orang asing / yang tidak dikenal dan sumbang bagi kegiatan relawan.

Adapun faktor yang mendorong kedermawanan Indonesian, *salah satu* ajaran agama Islam seperti zakat, sedekah, dan infaq. *Kedua*, kondisi ekonomi yang stabil sehingga kalangan kelas menengah bisa menyalurkan uangnya untuk didonasikan. *Ketiga* munculnya penggiat filantropi yang mendorong untuk meminta sumbangan. *Keempat* kehadiran *influencer* yang menggunakan gaya komunikatif dalam mengajak bersedekah. Pada postingan Semangat Sedekah, termasuk dalam kategori penggiat filantropi. Penggiat filantropi paling ternama di Indonesia adalah kitabisa.com, platform ini menampilkan donasi kepada orang yang membutuhkan seperti terkena bencana, orang-orang sakit, dan lain-lain yang semuanya ada 15 program.

Kitabisa.com dalam membangun kepercayaan masyarakat mengantongi sejumlah izin dari pemerintah terkait Seperti Kementerian Hukum dan HAM, Kementerian Sosial, Kementerian Komunikasi dan Informatika, dan Badan Amil Zakat Nasional. Hal ini memperkuat Kitabisa.com sebagai platform filantropi yang menyalurkan dananya ke orang-orang yang membutuhkan. Selain itu Kitabisa.com mengandalkan *influencer* seperti Fadil Jaidi, bekerjasama dengan negara tetangga, dan berbagai lembaga amil zakat. Inilah yang membuat Kitabisa.com menjadi platform filantropi terbesar (Dewi, 2022).

Platform Semangat Sedekah sendiri bekerjasama dengan kitabisa.com, Nur Azis sebagai pendiri Semangat Sedekah belajar langsung kepada *founder* Kitabisa.com. Pada platform kitabisa.com tidak hanya terbatas pada agama Islam tapi menerima sumbangan

dari agama lain apakah Kristen, Hindu, dan Budha yang menjadikannya penggalangan dana bersifat sosial untuk umum (Triantoro dkk., 2021). Akan tetapi Semangat Sedekah fokus kepada kegiatan yang islami, seperti waqaf Al-Quran, Rumah Tahfiz, dan Sedekah Subuh. Adapun yang diperuntukan orang sakit, kebanyakan adalah anak-anak. Semangat Sedekah masih belum memiliki badan hukum seperti Kitabisa.com dan belum mengandalkan influencer untuk penggalangan dana, semuanya dikelokan secara komunitas oleh tim Semangat Sedekah.

Popularitas Semangat Sedekah dibangun dari komunitas utamanya Berbagi Semangat. Dalam akun Berbagi Semangat yang menarik minat pengguna media sosial adalah mengunggah hal-hal yang sedang viral terutama yang berkaitan dengan hiburan, inspirasi, dan Islami. Berbagai Semangat beradaptasi dengan perkembangan tren, hal ini efektif menambah pengikut Berbagi Semangat yang pada gilirannya mampu mengajak untuk bersedekah.

KESIMPULAN

Kehadiran internet telah memberi ruang lebar untuk praktik sedekah. Bahwa praktik yang dilakukan tidak lagi secara tradisional namun melalui perangkat digital. Meningkatnya taraf hidup kelas menengah serta ajaran Islam untuk bersedekah meningkatkan sikap dermawan Muslim kelas menengah yang berpartisipasi dalam bersedekah. Semangat Sedekah melaksanakan empat program yang berfokus pada anak yatim, wakaf Al-Quran, Sedekah Subuh, serta anak-anak yang mengalami sakit berat. Program tersebut dikelola secara transparan sehingga memungkinkan donatur melihat berapa uang yang terkumpul dan berapa banyak yang telah disalurkan. Kemudahan Mobile Banking sebagai alat transaksi membuat sedekah bisa lebih dilakukan dengan ponsel. Uang yang dikumpulkan mencapai satu miliar lebih. Kondisi munculnya komunitas Semangat Sedekah tidak lepas dari kurang optimalnya negara menjamin warga terutama dalam permasalahan kesehatan. Pendiri Semangat Sedekah Nur Azis memiliki kedekatan dengan Aa Gym seorang pendakwah populer yang memiliki lembaga filantropi bernama Dompot Peduli Umat – Daurat Tauhid (DPU – DT). Semangat sedekah dengan postigannya berupa ayat, hadis, nasehat, dan foto anak yang mengalami sakit mampu menarik pengguna media sosial untuk bersedekah.

Penelitian ini berkontribusi untuk menggambarkan bagaimana Sedekah kini mengalami pergeseran dengan hadirnya internet, kemudahan yang ditawarkan internet telah membuat setiap orang mudah memberikan sedekah kepada yang lebih membutuhkan seperti yang dilakukan Semangat Sedekah. Namun lembaga filantropi hendaknya memiliki izin badan hukum agar uang yang dikelola benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Hal ini karena tidak lepas dari sejumlah kasus lembaga filantropi yang menyalahgunakan uang untuk kepentingan pribadi.

Pendekatan netnografi dalam penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menganalisis dalam ruang internet tanpa interaksi langsung kepada pelaku. Adanya data yang didapat dari *offline* komunitas Semangat Sedekah akan mendukung pemahaman holistik tentang *online* komunitas Semangat Sedekah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. (2020). Fungsi Masjid Dalam Mengelola Dana Ziswah Sebagai Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 3 (2), 749–772.
- Alvar Research Center. (2017). *Wajah Kelas Menengah Muslim Indonesia: Antara Materi Dan Religiusitas*. PT Alvara Strategi Indonesia.
- Azis. (2018). Sedekah Jalanan: Wacana Kedermawanan Islam, Dakwah, dan Media Sosial di Indonesia. Dalam Sunarwoto (Ed.), *Islam: Antara Teks, Kuasa, dan Identitas* (hlm. 79–100). CV. Arti Bumi Intaran.
- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis*, 11 (1), 15–26.
- Dewi, M. K. (2022). *Kitabisa.com: Merajut Kebaikan Lewat Teknologi*.
- Fadhila, I. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengeluarkan Zakat, Infaq Dan Sedekah Di Laziswaf Unida Gontor. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 4 (2), 1160–1185.
- Fauzia, A., Almuin, N., Rohayati, T., & Garadian, E. A. (2019). *Tantangan Menuju Wakaf Produktif*. Badan Wakaf Indonesia.
- Hidayat, M. T., & Haryadi, I. (2018). Analysis Of The Impact Of Zakat Funds Distribution To Mustahiq (Case Study At Baitul Mal Hidayatullah Ponorogo 2017). *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 1 (3), 79–102.
- Jati, W. R. (2015). Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia. *Teosofi: Jurnal Tasawuf Dan Pemikiran Islam*, 5 (1), 139–163.
- Kailani, N. (2015). *Aspiring to prosperity: The economic theology of urban Muslims in contemporary Indonesia*. UNSW Sydney.
- Kailani, N., & Slama, M. (2020). Accelerating Islamic charities in Indonesia: Zakat, sedekah and the immediacy of social media. *South East Asia Research*, 28 (1), 70–86.
- Latief, H. (2010). *Transforming the Culture of Giving in Indonesia: The Muslim Middle Class, Crisis and Philanthropy*. Nanzan University Asia-Pacific Research Center, 11 (11), 1–21.
- Latif, A., Ahmad, R. A., Lesmana, M., & Nabila, F. (2022). Factors Affecting Generational Millennials' Desire To Spend Money on Waqf. *Muslim Heritage*, 7(2), 433–458. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i2.4439>
- Latief, H. (2013). Filantropi Dan Pendidikan Islam Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Islam*, 28 (1), 123–139.
- Lengauer, D. (2018). Sharing semangat taqwa: Social media and digital Islamic socialities in Bandung. *Indonesia and the Malay World*, 46 (134), 5–23.
- Nisa, E. F. (2018). Creative and lucrative Da'wa: The visual culture of Instagram amongst female Muslim youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, 5 (1-2), 68–99.
- Pandu, P. (2021). Layanan Kesehatan di Indonesia Belum Ramah Masyarakat Miskin. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/kesehatan/2021/10/21/layanan-kesehatan-di-indonesia-belum-ramah-masyarakat-miskin>

- Pratama, A. Z. (2019). Undraising Strategy On Zakah, Infaq And Sadaqah At Zakah Organization “Ydsf” Surabaya 2019. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 2 (4), 513–549.
- Purdey, J., Missbach, A., & McRae, D. (2023). Indonesia: Negara dan Masyarakat dalam Transisi. *Marjin Kiri*.
- Rasian, Umiyati, Habibullah, Syahrir, D. K., & Said, M. (2023). Integration of New Media and Prophetic Communication Enhanced for Zakah, Infāq, Şadaqah, and Waqf Fundraising: A Case Study of Baitulmaal Munzalan Indonesia. *Journal of Islamic Law (JIL)*, 4 (1), 28–46.
- Rohmawati, N. I., & Soenjoto, A. R. (2020). Peran Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Perspektif Maqhasid Syari’ah (Studi Kasus Di Desa Sambirejo 2019). *Journal of Islamic Economics and Philanthropy JIEP*, 3 (4), 1015–1042.
- Suharnanik, & Sholahudin, U. (2023). Perempuan dan Politik di Media Sosial; Twitter Settimen terhadap #megawati dalam Pendekatan Netnografi. *Journal of Urban Sociology*, 6 (2), 78–97.
- Triantoro, D. A., Wahyuni, T., & Purna, F. P. (2021). Digital Philanthropy: The Practice of Giving Among Middle to Upper-Class Muslim In Indonesia And Soft Capitalism. *Qudus International Journal of Islamic Studies (QIJIS)*, 9 (2), 315–350.