

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penulisan

Sebagai negara muslim terbesar di dunia, perkembangan filantropi Islam di Indonesia tentu memiliki arti tersendiri. Meskipun Indonesia dianggap jauh dari pusat peradaban Islam, yang ternyata lebih identik dengan Timur Tengah, namun Indonesia memiliki posisi strategis di dunia Islam. Masalah demokrasi sosial dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia setidaknya dapat menjadi salah satu tolak ukur bagaimana kaum muslim memahami, menginterpretasi, dan mengkontekstualisasikan konsep-konsep dasar agama Islam dalam ranah yang lebih kongkret (Latief, 2013 : 202).

Filantropi di Indonesia tidak dapat dipisahkan bahkan sangat identik dengan lembaga dan organisasi-organisasi nirlaba, lembaga dan organisasi ini sangat berperan penting dalam upaya mensejahterakan kehidupan masyarakat. Pada umumnya organisasi-organisasi nirlaba atau LSM fokus pada kerja-kerja struktural, membangun, mendiseminasi, dan memperkuat wacana-wacana tentang perubahan kolektif. Kini, karakteristik organisasi nirlaba di Indonesia telah diwarnai dengan munculnya lembaga-lembaga filantropi (Latief, 2013 : 203).

Lembaga-lembaga filantropi yang bermunculan adalah sebagian besar merupakan lembaga filantropi Islam yang berdasar pada syariat Islam. Eksistensi lembaga-lembaga filantropi Islam tidak terlepas dari tingkat kepercayaan masyarakat. Dimana tingkat kepercayaan masyarakatlah yang menjadi faktor utama pendukung maju atau mundurnya sebuah lembaga filantropi Islam. Untuk menumbuhkan tingkat

kepercayaan masyarakat berbagai upaya dilakukan, baik dalam bentuk penyajian keuangan yang diterbitkan, ataupun publikasi program yang telah berjalan melalui berbagai media.

Salah satu media tersebut adalah media sosial yang ditandai dengan munculnya teknologi *web 2.0*. Teknologi *web 2.0* ini telah melahirkan revolusi di bidang komunikasi. *Web 2.0* adalah aplikasi web yang memfasilitasi interaksi yang lebih interaktif (dua arah) dari penyedia/pengisi konten dan penikmatnya. Aplikasi tersebut selain memungkinkan terjadinya dialog, juga *information sharing* dari dua belah pihak. Bisa dikatakan dengan aplikasi tersebut dapat memunculkan dari diskusi hingga kolaborasi. Implikasi dari *web 2.0* adalah lahirnya media sosial yang kini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam berkomunikasi dan memberikan efek *booming* media digital di Indonesia. Berkembangnya layanan seperti blog dan situs jaringan sosial seperti *facebook* dan *twitter*, menjadi salah satu contoh dimana masyarakat kita saat ini tidak bisa lepas dengan media sosial. Media sosial merupakan kenyataan publik yang memudahkan pengguna untuk interaktif antar *user*. Banyaknya manfaat dan kemudahan yang ditawarkan menyebabkan pengguna media sosial semakin marak dan beragam (Mahanani, 2014 : 82).

Media sosial adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa, khususnya internet. Perubahan itu akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi.

Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi di tingkat individu, organisasi, dan kelembagaan (Nurudin, 2013 : 128).

Secara keseluruhan, media sosial tampaknya telah menciptakan peluang keterlibatan interpersonal, interaktivitas, dan dialog yang kualitatif berbeda dengan yang ditawarkan oleh situs web tradisional. Dengan demikian akan masuk akal untuk menyimpulkan bahwa media sosial juga akan berpotensi sebagai alat hubungan komunikasi dan pemangku kepentingan organisasi (Lovejoy, 2012 : 339).

Momentum media sosial sebagai sarana informasi ini, dimanfaatkan oleh hampir seluruh lembaga, termasuk lembaga nirlaba. Lembaga nirlaba dalam konteks ini adalah lembaga yang bergerak dalam bidang filantropi Islam. Kita ketahui bahwa lembaga-lembaga filantropi Islam memiliki fungsi untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat, khususnya dengan memaksimalkan potensi dana ZIS yang ada pada daerah dimana lembaga-lembaga tersebut berada. Selanjutnya, dana ZIS yang telah terkumpul tersebut disalurkan dalam berbagai program yang berbentuk hibah, beasiswa, maupun program produktif.

Lembaga filantropi Islam saat ini telah memanfaatkan momentum media sosial sebagai alat transparansi lembaga, seperti yang dilakukan BAZNAS D.I.Yogyakarta dan LAZISMU Kota Yogyakarta. Kedua lembaga ini merupakan lembaga filantropi Islam yang memiliki perbedaan struktur lembaga, yakni BAZNAS D.I.Yogyakarta dibentuk langsung oleh pemerintah guna memaksimalkan potensi ZIS yang ada, sedangkan LAZISMU adalah lembaga filantropi yang dibentuk oleh swasta yakni organisasi Muhammadiyah. Namun dalam konteks ini keduanya memanfaatkan media sosial guna untuk mempublikasikan setiap pergerakan yang dilakukan, mulai

dari program, laporan keuangan, hingga penghimpunan serta penyaluran dana ZIS yang dilakukan. Hal ini pastinya dilakukan kedua lembaga agar masyarakat dapat mengakses setiap pergerakan pada lembaga, dan hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk mendonasikan dananya agar dikelola oleh kedua lembaga diatas.

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang media sosial dan filantropi Islam dalam skripsi yang berjudul **“Penggunaan Media Sosial Guna Peningkatan Akuntabilitas Lembaga Filantropi Islam” (BAZNAS D.I.Yogyakarta dan LAZISMU Kota Yogyakarta).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka pokok pembahasan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana lembaga filantropi Islam memanfaatkan media sosial sebagai sarana peningkatan kinerja & akuntabilitas lembaga?
2. Bagaimana bentuk peningkatan akuntabilitas lembaga filantropi Islam melalui media sosial sebagai upaya meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada lembaga?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat ditetapkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana lembaga filantropi Islam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam peningkatan kinerja dan akuntabilitas lembaga.

2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk upaya yang dilakukan lembaga filantropi Islam untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada lembaga melalui media sosial.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait.

1. Peneliti

Sebagai sarana untuk mengaktualisasikan teori yang didapat di bangku perkuliahan, serta dengan adanya penelitian ini maka peneliti dapat mengkorelasikan teori yang didapat dengan realita yang ada.

2. Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian lain yang sejenis di waktu yang akan datang. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sarana pengaplikasian teori yang sudah didapat, khususnya mengenai lembaga filantropi Islam.

3. BAZNAS D.I Yogyakarta dan LAZISMU Kota Yogyakarta

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi informasi serta bahan pembandingan dalam penggunaan media sosial dan peningkatan akuntabilitas lembaga dengan lembaga filantropi Islam lainnya.

4. Pembaca

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu serta konsep pemecahan masalah khususnya bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi acuan bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam hal penggunaan media sosial dalam rangka peningkatan akuntabilitas pada lembaga filantropi Islam.

E. Sistematika Penulisan

BAB I :

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

BAB II :

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

BAB III :

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

BAB IV :

Pembahasan dalam bab empat yakni pembahasan profil lembaga filantropi Islam yang menjadi subjek penelitian yaitu Badan Amil Zakat Nasional DIY dan

LAZISMU Kota Yogyakarta, serta analisis dari hasil penelitian yang dilakukan pada kedua lembaga filantropi Islam tersebut dalam menggunakan media sosial dan peningkatan akuntabilitas lembaga.

BAB V :

Dalam bab lima atau bab terakhir akan diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, serta saran yang bermanfaat bagi kedua lembaga filantropi diatas dan juga bagi penelitian selanjutnya.