

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PW NU CARE-LAZISNU DIY DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH
MASYARAKAT**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu Prodi Sosiologi
Disusun Oleh :**

ACH.FAWAID

16720046

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2020

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr,Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ach.Fawaid

NIM : 16720046

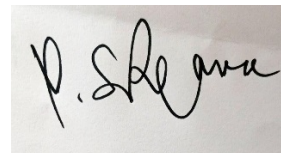
Prodi : Sosiologi

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat,
Infak dan Sedekah Masyarakat di PW NU CARE-LAZISNU DIY

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Sosiologi. Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosah. Demikian atas perhatiannya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr,wb.

Yogyakarta,
Pembimbing



Dr.Yayan Suryana, S. Ag., M.Ag.

NIP. 19701013 199803 1 008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ach.Fawaid
NIM : 16720046
Prodi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Alamat Rumah : Desa Blumbungan, Kecamatan Larangan, Kabupaten
Pamekasan, Jawa Timur

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian ini benar-benar merupakan hasil karya penulis dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis gunakan sebagai acuan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dosen pembimbing skripsi dan anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 13 Oktober 2020

Yang Menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Ach.Fawaid

16720046



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-884/Un.02/DSH/PP.00.9/10/2020

Tugas Akhir dengan judul : **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PW NU CARE-LAZISNU DIY DALAM MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH MASYARAKAT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ACH, FAWAID
Nomor Induk Mahasiswa : 16720046
Telah diujikan pada : Jumat, 18 September 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Yayan Suryana, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 5f804b92c71bc



Penguji I

Agus Saputro, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 5f7fcec31438f0



Penguji II

Ahmad Norma Permata, S.Ag., M.A., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 5f83dab0b774c

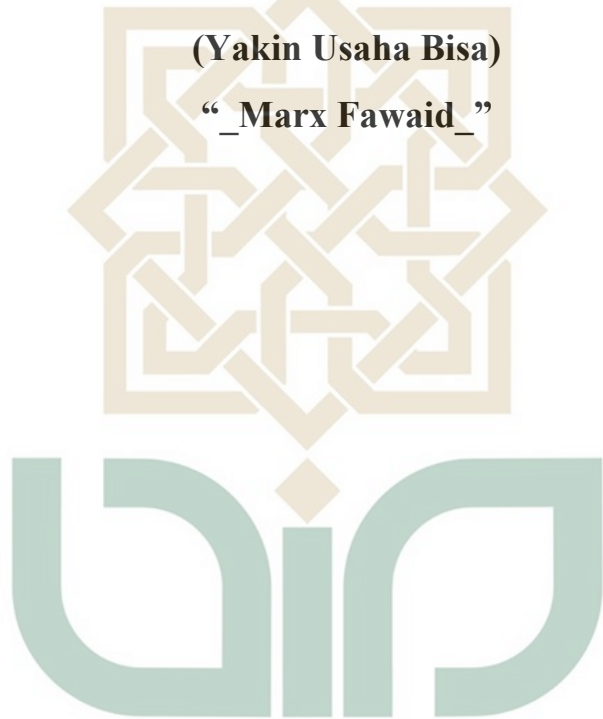


Yogyakarta, 18 September 2020
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Moehamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 5f8429e546f14

MOTTO

**Jangan pernah takut untuk mencoba,
karena
suatu keberhasilan berawal dari mencoba
(Yakin Usaha Bisa)
“_Marx Fawaid_”**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamater Program Studi Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Alm. Bapak,

Ibu, Adik dan semua kerabat dan sahabat

Yang sudah mendoakan, memberikan dukungan serta memberikan bekal (*dhahiriyah*
& *Bathiniyah*) kepada saya.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb.

Alhamdulillah rabbil ‘alamin puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial PW NU CARE-LAZISNU DIY Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat, Infak dan Sedekah Masyarakat”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Skripsi ini penulis ajukan guna untuk memenuhi syarat memperoleh gelar strata satu di program studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang berkontribusi baik dari memberikan doa, bantuan, motivasi, kritik serta saran. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini baik yang secara langsung atau tidak langsung terutama kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Ibu Dr. Muryanti, S.Sos., M.A. selaku Ketua Program Studi Sosiologi.
3. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik
4. Bapak Dr. Yayan Suryana, S.Ag., M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi.

5. Bapak Agus Saputro, S.Sos., M.Si dan Ahmad Norma Permata, S.Ag., M.A., Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran untuk skripsi ini.
6. Alm. Bapak Moh.Ari yang telah menjadikan penulis selalu semangat dalam mencari ilmu dan menjalani kehidupan ini.
7. Ibu dan adik yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
8. Luviana Safitri yang selalu setia menemani dan memberikan semangat kepada penulis dari awal perkuliahan sampai selesainya tugas akhir ini.
9. Mochammad Reza Fanani Bah dan Jam'ul Jawami yang selalu membantu penulis dalam hal materil maupun non materil.
10. Aji Nur Avianto Abd. Rosyid yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
11. Seluruh keluarga besar mahasiswa Sosiologi angkatan 2016 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang sudah menjadi teman dalam proses belajar Sosiologi.
12. Seluruh Pengurus Wilayah NU CARE-LAZISNU DIY yang telah memberikan data yang dibutuhkan oleh penulis untuk skripsi ini.

Akhir kata, penulis merasa skripsi ini masih jauh dari kata baik dan sempurna. Oleh sebab itu, penulis menerima saran dan kritikan yang membangun demi perbaikan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Penyusun

Ach.Fawaid

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Landasan Teori.....	12
G. Metode Penelitian	15
H. Sistematika Pembahasan	20
BAB II: GAMBARAN UMUM PW NU CARE-LAZISNU DIY.....	22
A. Sejarah Dan Latar Belakang Dibentuknya NU CARE-LAZISNU	22
B. Program PW NU CARE-LAZISNU DIY	25
C. Sistem Layanan PW NU CARE-LAZISNU DIY	29
D. Profil Informan.....	31
BAB III: PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI PW NU CARE-LAZISNU DIY	34
A. Pengelolaan Media Sosial	34
B. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perhimpunan Dana.....	51

C. Hambatan PW NU CARE-LAZISNU DIY Dalam Mengelola Media Sosial	61
D. Respon Masyarakat Dan Pengaruh Konten Media Sosial PW NU CARE-LAZISNU DIY	63
BAB IV: KONTEN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KESADARAN ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH MASYARAKAT ...	66
A. Konten Media Sosial: Inovasi Dan Kreatifitas.....	66
B. Konten Media Sosial Sebagai Alat Penarik Donatur	70
C. Efek Konten Media Sosial Dan Kesadaran Masyarakat	72
BAB V: PENUTUP	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kantor PW NU CARE-LAZISNU DIY	24
Gambar 2 Penyerahan Donasi Untuk Pembebasan TKW	26
Gambar 3 Peresmian TPQ-LB	27
Gambar 4 Penyerahan Donasi Untuk Pedagang Jajanan Pasar	28
Gambar 5 Penyerahan Donasi Untuk Kesehatan	29
Gambar 6 Contoh Branding Pada Media Sosial.....	38
Gambar 7 Contoh Dalam Menggunakan Strategi Hastag	40
Gambar 8 Contoh Kerjasama Melalui Facebook	42
Gambar 9 Contoh Edu-ZIS.....	43
Gambar 10 Quotes	44
Gambar 11 Contoh Konten Isu Lokal, Nasional Dan Internasional	45
Gambar 12 Contoh Konten Media Kreatif.....	47
Gambar 13 Tweet PW NU CARE-LAZISNU DIY	49
Gambar 14 Tweet Instagram PW NU CARE-LAZISNU DIY	50
Gambar 15 Contoh Caption PW NU CARE-LAZISNU DIY	51
Gambar 16 Influencer Ambassador PW NU CARE-LAZISNU DIY	53
Gambar 17 Kerjasama Dengan Onlineshop.....	54
Gambar 18 Kerjasama Dengan Crowdfunding	56
Gambar 19 Contoh Image Campaign	57
Gambar 20 Laporan Bulanan PW NU CARE-LAZISNU DIY	58
Gambar 21 Sosialisasi Program.....	60
Gambar 22 Laporan Program	61

ABSTRAK

Kemiskinan masih menjadi permasalahan paling besar di Indonesia. Atas dasar tersebut banyak organisasi atau masyarakat yang bergerak untuk membantu masyarakat miskin, yaitu dengan membentuk lembaga filantropi Islam. Lembaga filantropi Islam merupakan lembaga yang berorientasi terhadap kesejahteraan sosial yang berbasis kerelawanan dan kemasyarakatan seperti halnya Pengurus Wilayah Lembaga Amil Zakat, Infaq dan Sedekah Nahdlatul Ulama Daerah Istimewa Yogyakarta (PW NU CARE-LAZISNU DIY). PW NU CARE-LAZISNU DIY dalam mensosialisasikan program dan menghimpun dana sangat memanfaatkan media sosial. Hal tersebut dilakukan oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY karena melihat banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pemanfaatan media sosial PW NU CARE-LAZISNU DIY dalam meningkatkan kesadaran zakat, infaq dan sedekah masyarakat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori stimulus, organisme dan respon (S-O-R). Teori S-O-R merupakan suatu prinsip belajar yang mana efek merupakan reaksi terhadap stimulus yang diberikan.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa konten media sosial yang dilakukan oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY dapat meningkatkan kesadaran zakat, infak dan sedekah (ZIS) masyarakat. Salah satu bukti bahwa ada peningkatan kesadaran masyarakat atas ZIS yaitu dengan bertambahnya pemasukan lembaga dan donatur (orang yang berdonasi baik itu berupa uang, barang dan jasa). Akan tetapi peningkatannya tersebut tidak terlalu signifikan, dikarenakan PW NU CARE-LAZISNU DIY hanya terfokus pada media sosial Instagram.

Kata kunci: Filantropi Islam, Media Sosial, Nadlatul Ulama, NU CARE-LAZISNU, ZIS.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Filantropi merupakan suatu konsep yang berorientasi terhadap nilai-nilai sosial dan dilakukan secara sukarelawan. Istilah filantropi (*philanthropy*) berasal dari bahasa Yunani: *philos* berarti cinta, dan *Anthropos* berarti manusia. Secara etimologis, makna filantropi adalah kedermawanan, kemurahan hati, atau sumbangan sosial. Sedangkan secara harfiah adalah konseptualisasi dari praktik memberi, pelayanan, dan asosiasi dengan sukarela untuk membantu pihak lain yang membutuhkan sebagai ekspresi rasa cinta.¹

Lembaga filantropi yang berdiri di Indonesia semakin banyak tersebar di berbagai wilayah. Lembaga filantropi tercatat di Indonesia berjumlah 235, akan tetapi baru ada 17 lembaga yang mendapatkan sertifikasi Lembaga Amil Zakat (LAZ) nasional.² Salah satu faktor yang mendorong banyaknya lembaga filantropi di Indonesia yaitu kebebasan masyarakat dalam mendirikan lembaga filantropi, karena sesuai dengan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 86/PUU-X/2012 tanggal 31 Oktober 2013 perihal pengujian Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat:

Pembentukan Lembaga Amil Zakat (LAZ) oleh masyarakat dapat dilakukan oleh organisasi kemasyarakatan Islam yang mengelola

¹ Nur Kholis, Soya Sobaya, Yuli Andriansyah dan Muhammad Iqbal, "Potret Filantropi Islam Di Daerah Istimewa Yogyakarta" *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. VII, No. 1, Juli 2013.

² <https://news.detik.com/berita/d-3517254/baru-17-dari-235-anggota-forum-zakat-yang-tersertifikasi-nasional> di akses pada tanggal 16 Januari 2020. Pukul 00.20 WIB.

bidang pendidikan, dakwah, dan sosial, atau lembaga berbadan hukum setelah memenuhi persyaratan yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan dan mendapat izin Menteri atau pejabat yang ditunjuk oleh Menteri. Sedangkan untuk perkumpulan orang, perseorangan, tokoh umat Islam (alim ulama), atau pengurus/takmir masjid/musholla di suatu komunitas dan wilayah yang belum terjangkau oleh BAZ dan LAZ, dapat melakukan kegiatan pengelolaan zakat dengan memberitahukan secara tertulis kepada pejabat yang berwenang.³

Lembaga filantropi Islam menunjukkan manfaatnya terhadap kesejahteraan sosial seperti dalam bidang ekonomi, kemanusiaan, pendidikan maupun kesehatan. Menurut Menteri Sosial Khofifah Indar Parawansa, lembaga filantropi Islam sangat membantu pemerintah dalam rangka pengentasan kemiskinan.⁴ Lembaga yang berbasis kerelawan dan kemasyarakatan ini membutuhkan dukungan dan partisipasi masyarakat dalam melaksanakan program-programnya, baik dalam bentuk pendanaan maupun tenaga pengelolaan dan pendistribusian serta ide untuk pengembangan filantropi Islam menuju lebih baik.

Memasuki era teknologi komunikasi yang berkembang pesat seperti sekarang, banyak layanan yang bisa dilakukan melalui fasilitas *online* salah satunya yaitu media sosial. Media sosial merupakan salah satu bentuk dari media komunikasi *modern* (media *online*) atau bisa juga tergolong dalam media baru. Motif dari media sosial itu sendiri yaitu menambah dan mempererat

³<https://ngada.org/uu23-2011.htm> di akses pada tanggal 15 januari 2020. Pukul 23.57 WIB.

⁴<https://amp.kompas.com/nasional/read/2017/03/23/23223311/mensos.ajak.filantropi.bantu.pe.merintah.tanggulangi.kemiskinan> di akses pada tanggal 16 januari 2020. Pukul 00.38 WIB.

pertemanan, persaudaraan, wawasan pengetahuan, keterampilan, bahkan media sosial bisa dibuat untuk menyadarkan masyarakat dari paham keagamaan, pendidikan dan sosial. Dikarenakan dalam media sosial tersebut banyak pesan atau konten yang menarik perhatian pengguna media sosial. Oleh sebab itu, media sosial merupakan salah satu langkah dalam pembentukan karakter atau penyadaran terhadap lingkungan sekitar.⁵

Fungsi dan manfaat media sosial sangat dirasakan oleh masyarakat, sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakan media sosial dalam kegiatan sehari-hari. Menurut laporan terbaru dari *We Are Social dan Hootsuite* bulan Juli 2019, pengguna media sosial di belahan dunia lebih dari 3,5 miliar. Artinya, dari data tersebut menyampaikan bahwasannya 46 persen atau hampir setengah dari total populasi manusia di dunia adalah pengguna aktif media sosial. Sedangkan masyarakat Indonesia, pengguna media sosial mencapai angka 130 juta dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa. Media sosial yang banyak digunakan oleh orang Indonesia yaitu *WhatsApp*, Facebook, Instagram dan *Line*.⁶ Salah satu lembaga filantropi Islam yang memanfaatkan media sosial dalam menarik atau menyadarkan masyarakat untuk berzakat, infak dan sedekah yaitu Lembaga Amil Zakat, Infak dan Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU). LAZISNU tersebut merupakan

⁵ H.M. Burhan Bungin, “*Sosiologi Komunikasi*” (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2007). Hlm.236-239

⁶ <https://amp.kompas.com/tekno/read/2018-03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> diakses pada tanggal 5 november 2019. Pukul 10.02 WIB.

lembaga filantropi Islam yang ada di bawah nawungan organisasi masyarakat Nahdlatul Ulama (NU).

Nahdlatul Ulama merupakan salah satu organisasi masyarakat terbesar di Indonesia. Kalau dihitung sesuai dengan pengakuan dan keterlibatan dalam ritual keagamaan ala NU, jumlah warga NU kurang lebih 143 juta.⁷ Pada tahun 2004 dalam muktamar NU ke 31 para ulama sepakat untuk membentuk lembaga filantropi Islam yang bertujuan untuk kesejahteraan sosial, dikarenakan melihat kondisi ekonomi masyarakat Indonesia yang rendah serta rasa kepedulian sesama makhluk sosial yang masih kurang. Selain itu, banyaknya warga NU yang ada di Indonesia merupakan salah satu alasan terbentuknya LAZISNU. Oleh sebab itu, sangatlah penting organisasi masyarakat (NU) mempunyai lembaga filantropi Islam untuk memberikan wadah terhadap masyarakat Indonesia secara umum yang ingin membantu masyarakat dalam bidang pendidikan, ekonomi dan kesehatan dengan memberikan zakat, infak dan sedekah melalui LAZISNU.⁸

Seiring berjalannya waktu, sedikit demi sedikit LAZISNU melebarkan sayapnya dengan mendirikan lembaga amil zakat, infak dan sedekah di berbagai wilayah termasuk Daerah Istimewa Yogyakarta. PW (pengurus wilayah) NU CARE-LAZISNU DIY merupakan salah satu LAZISNU yang

⁷<https://www.nu.or.id/post/read/84341/berebut-identitas-nahdliyin> diakses pada tanggal 21 januari 2020. Pukul 20.35 WIB.

⁸Wawancara Ulin Nuha Selaku Direktur PW NU CARE-LAZISNU DIY Pada Tanggal 16 Januari 2020. Pukul 09.00 WIB.

bisa dikatakan sangat aktif, produktif dan progres baik dalam hal pendanaan, pendistribusian, pengembangan masyarakat serta pengaplikasian media sosial. PW NU CARE-LAZISNU DIY dalam mengajak dan menyebarkan informasi terhadap masyarakat lebih menyesuaikan dengan zaman yang berkembang, dimana banyak masyarakat yang memanfaatkan teknologi komunikasi dalam kesehariannya yaitu dengan melalui media sosial. Media sosial PW NU CARE-LAZISNU DIY di buat pada tahun 2018 di antaranya Facebook, Twitter dan Instagram. Semenjak PW NU CARE-LAZISNU DIY menggunakan media sosial dalam menarik perhatian masyarakat supaya sadar terhadap pentingnya berzakat, infak dan sedekah, Banyak peningkatan yang di peroleh oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY baik itu dari banyaknya muzaki atau tingkat kepercayaan terhadap PW NU CARE-LAZISNU DIY.

PW NU CARE-LAZISNU DIY dalam memanfaatkan media sosial bisa dikatakan sangat baik dan progresnya sangat signifikan. Hal itu dilihat dari banyaknya hasil dana zakat, infak dan sedekah kepada PW NU CARE-LAZISNU DIY dibandingkan sebelum menggunakan media sosial yang sering kali menggunakan *metode door to door*. Adapun perbedaan sebelum dan sesudah penggunaan media sosial, pada 2017 sebelum penggunaan media sosial terkumpul dana sebesar Rp.1.356.250.000, sedangkan setelah penggunaan media sosial pada tahun 2018 tercatat sejumlah Rp.7.466.350.148.⁹ Adapun

⁹Wawancara Ulin Nuha Selaku Direktur Lazisnu Diy Pada Tanggal 16 Januari 2020. Pukul 09.00 WIB.

followers yang dimiliki oleh media sosial PW NU CARE-LAZISNU DIY sampai saat ini yaitu Instagram 2.068, Facebook 4.982 dan Twitter 1.262. Jumlah *followers* yang dimiliki oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY lumayan banyak karena prosesnya hanya dua tahun, dibandingkan dengan lembaga filantropi Islam Yogyakarta lainnya yang masih ada beberapa lembaga yang *followersnya* dibawah PW NU CARE-LAZISNU DIY.¹⁰

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial PW NU CARE-LAZISNU DIY Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat, Infak Dan Sedekah Masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana media sosial dimanfaatkan oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY dalam meningkatkan kesadaran zakat, infak dan sedekah masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manfaat media sosial dalam meningkatkan kesadaran zakat, infak dan sedekah masyarakat di PW NU CARE-LAZISNU DIY.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

¹⁰Wawancara dengan Mas Zaki Selaku kordinator divisi *public relation* di kantor PW NU CARE-LAZISNU DIY. Tanggal 15 maret 2020.

Secara teoritis, penelitian ini sangat diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau acuan dalam penelitian-penelitian berikutnya yang memiliki tema yang sama dan dapat memberi kontribusi secara keilmuan khususnya pada sosiologi komunikasi.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana bagi penulis untuk menambah pemahaman dalam menganalisis fenomena sosial khususnya dalam pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat, infak dan sedekah di PW NU CARE-LAZISNU DIY.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bertujuan untuk memberikan pengetahuan atau gambaran umum kepada pembaca terkait penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Sehingga pembaca dapat mengetahui bagian-bagian yang belum pernah diteliti dan bisa memposisikan dirinya, supaya tidak ada kesamaan dengan penelitian terdahulu.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, peneliti mengkategorisasikan atau melihat sudut pandang dari pengaruh media terhadap masyarakat di antaranya yaitu: Penelitian dari Augasta Eka Rasa Putra dengan judul penelitian Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Pada Organisasi Sedekah Rombongan Yogyakarta. Penelitian ini di latar belakang karena pada era sekarang media sosial banyak digunakan oleh organisasi non profit seperti halnya organisasi sedekah

rombongan, sebagai sarana untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap sedekah dikarenakan sosial media sangat memberikan pengaruh dalam menyampaikan informasi kepada khalayak umum. Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam membangun kesadaran bersedekah pada organisasi sedekah rombongan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan sosial media oleh organisasi sedekah rombongan yaitu dipergunakan untuk menyampaikan kegiatan dari sedekah rombongan dan pesan Islami. Media sosial yang menggunakan layanan internet tersebut merupakan salah satu bentuk dari media baru yang memiliki karakteristik cepat, fleksibel, interaktif, informatif, dan mudah digunakan. Penggunaan media sosial yang dipergunakan oleh sedekah rombongan tersebut membuat kebutuhan akan komunikasi dua arah menjadi lebih cepat karena tidak terbatas oleh tempat dan waktu.¹¹

Penelitian selanjutnya adalah penelitian dari Makhrus dengan judul Filantropi Islam Berbasis Media Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Fokus penelitian ini yaitu terhadap komunitas filantropi Islam berbasis media sosial (sedekah rombongan, laskar sedekah dan sedekah kreatif edukatif). Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap aktivisme filantropi Islam dalam

¹¹Augasta Eka Rasa Putra, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah (Studi Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan)". *Skripsi*. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018.

pemberdayaan masyarakat. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwasannya organisasi sedekah rombongan, laskar sedekah dan sedekah kreatif edukatif merupakan salah satu organisasi filantropi Islam yang sangat memanfaatkan media sosial dalam aktivitasnya. Serta mampu memberikan warna baru gerakan atau aktivisme filantropi Islam dalam mendorong kesadaran dan perubahan kolektif masyarakat secara lebih terbuka dan tidak terbatas dalam sekat golongan, budaya dan wilayah. Sehingga pada akhirnya dapat mendorong masyarakat terlibat aktif atau berdonasi kepada organisasi filantropi Islam yang berbasis media sosial.¹²

Adapun penelitian dari Dian Husna Pandayin, dengan judul penelitian Penggunaan Media Sosial Pada Lembaga Filantropi Islam Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dan Penggalangan Dana. Penelitian ini dilatar belakangi karena melihat banyaknya lembaga filantropi Islam di Indonesia yang semakin menunjukkan manfaatnya untuk pembangunan umat seperti dalam bidang ekonomi, sosial, pendidikan maupun kesehatan. Fokus penelitian ini adalah penggunaan media sosial lembaga filantropi Islam (Rumah Zakat dan Dompot Dhuafa) terhadap kesadaran masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial pada lembaga filantropi Islam dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan penggalangan dana.

¹²Makhrus, "Filantropi Islam Berbasis Media Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Daerah Istimewa Yogyakarta" *Tesis*. Dosen Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Purwokerto 2016.

Hasil dari penelitian ini dapat menggambarkan bahwa media sosial dimanfaatkan oleh lembaga filantropi Islam untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan penggalangan dana. Lembaga filantropi yang telah menggunakan media sosial dapat menjaring lebih banyak simpati masyarakat dan mengumpulkan dana lebih besar dibandingkan sebelum menggunakan media sosial.¹³

Kemudian penelitian oleh Indriati Tri Astuti dan Muhammad Supraja dengan judul penelitian Facebook Dan Komunitas Filantropi Islam (Laskar Sedekah). Fokus pada penelitian ini yaitu media sosial Facebook digunakan untuk mempromosikan kegiatan atau program dari laskar sedekah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunitas laskar sedekah menggunakan Facebook dalam aktivitas filantropi Islam dan mengetahui bagaimana praktik filantropi Islam di laskar sedekah. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa Facebook laskar sedekah sebagai media untuk mengkampanyekan filantropi Islam, melakukan *fundraising* dan melaporkan kepada donatur tentang penyaluran sedekah kepada para penerima bantuan.¹⁴

Penelitian selanjutnya adalah penelitian dari Karlita Darmastuti dengan judul penelitian Pengaruh Iklan Dalam *Social Media* Terhadap Proses

¹³Dian Husna Pandayin, "Penggunaan Media Sosial Pada Lembaga Filantropi Islam Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dan Penggalangan Dana".*Skripsi*. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2015.

¹⁴Indriati Tri Astuti, Muhammad Supraja. "Facebook Dan Komunitas Filantropi Islam (Laskar Sedekah)". *Skripsi* S1 Sosiologi Universitas Gadjah Mada 2017.

Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen. Fokus pada penelitian ini adalah promosi iklan di *media social* dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk Cha Cha Milk Tea. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh iklan di *media social* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara iklan dalam tweets @ChaChaMilkTea (variabel X) dengan keputusan pembelian konsumen (variabel Y). Sedangkan nilai R square determinasi pada penelitian ini adalah 0,248. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh iklan hanya di angka 24,8%, sementara sisanya 75,2% di pengaruhi banyak faktor.¹⁵

Sedangkan penelitian selanjutnya adalah penelitian dari Nurbaya, Nursalam dan Jamaluddin Arifin dengan judul penelitian Kontruksi Sosial Media Komunikasi Instagram Terhadap Pola Pikir Perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi. Fokus penelitian adalah perubahan pola pikir mahasiswa pendidikan sosiologi yang disebabkan oleh sosial media Instagram. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial Instagram mendorong perubahan pola pikir perilaku mahasiswa pendidikan sosiologi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Instagram merupakan media yang memberikan kemudahan cara berbagi secara *online* baik itu foto, video dan juga layanan

¹⁵ Karlita Darmastuti, "Pengaruh Iklan Dalam *Social Media* Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen". *Skripsi* Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna. Serta media sosial dapat mempengaruhi pola pikir perilaku mahasiswa pendidikan sosiologi. Perubahan pola pikir tersebut dipengaruhi oleh pesan atau postingan media sosial Instagram.¹⁶

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat kesamaan tema penelitian. Namun memiliki fokus yang berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu lokasi penelitian (PW NU CARE-LAZISNU DIY), media sosial (Facebook, Instagram, Twitter) serta LAZISNU merupakan lembaga filantropi Islam yang berafiliasi langsung dengan salah satu ORMAS di Indonesia yaitu Nahdlatul Ulama. Adapun penelitian ini memfokuskan terhadap Pemanfaatan Media Sosial PW NU CARE-LAZISNU DIY Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat, Infak Dan Sedekah Masyarakat.

F. Landasan Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori efek komunikasi massa yang biasa dikenal dengan sebutan teori S-O-R (Stimulus- Organisme- Respons). Teori S-O-R merupakan suatu prinsip belajar yang mana efek merupakan reaksi yang diterima oleh penerima yang disebabkan stimulus yang diberikan. Elemen – elemen yang utama dalam teori ini adalah:

¹⁶Nurbaya, Nursalam, Jamaluddin Arifin. “Kontruksi Sosial Media Komunikasi Instagram Terhadap Pola Pikir Perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi”. *Jurnal Equilibrium Pendidikan Sosiologi*. Vol.. IV, No.2 November 2016.

- a) Pesan (Stimulus)
- b) Penerima (Organisme)
- c) Efek (Respons).¹⁷

Secara komprehensif sosiologi komunikasi mempelajari tentang interaksi sosial dengan segala aspek yang berhubungan dengan interaksi tersebut seperti, bagaimana interaksi (komunikasi) itu dilakukan dengan menggunakan media, bagaimana efek media sebagai akibat dari interaksi tersebut, sampai dengan bagaimana perubahan-perubahan sosial dalam masyarakat, yang didorong oleh efek media berkembang serta efek sosial macam apa yang ditanggung masyarakat sebagai akibat dari perubahan-perubahan yang didorong oleh media massa itu.¹⁸

Proses dalam perubahan sikap individu yang dipengaruhi oleh stimulus yaitu:

1. Stimulus yang diberikan pada organisme dapat diterima ataupun ditolak. Jika stimulus diterima oleh organisme, maka stimulus tersebut mendapatkan perhatian dari organisme serta efektif dan ada reaksi. Jika ditolak, maka membuktikan bahwa stimulus tersebut tidak dapat perhatian dan tidak ada reaksi dari organisme.
2. Jika stimulus sudah diterima dan mendapatkan perhatian dari organisme, maka proses selanjutnya adalah pengertian, Organisme mengerti terhadap stimulus yang telah didapatkan.

¹⁷Burhan Bungin,” *Sosiologi Komunikasi*”, (Jakarta : Kencana, 2011). Hlm 281

¹⁸A.S.Haris Sumadiria, “*Sosiologi Komunikasi Massa*” (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2014). Hlm 33

3. Langkah berikutnya yang akan dialami oleh organisme adalah penerimaan, organisme menerima terhadap stimulus yang sudah ia dapatkan.

Sehingga dari proses itulah, organisme akan mengalami dan bersedia untuk perubahan sikap. Maka bisa dikatakan bahwa perubahan sikap individu tergantung kepada stimulus yang telah didapatkan, yang mana dalam penelitian ini yaitu konten media sosial.¹⁹



Berdasarkan teori di atas, maka dapat dijelaskan bahwasanya media sosial dapat mempengaruhi atas kesadaran masyarakat dalam berzakat, infak dan sedekah. Hal ini dikarenakan konten media sosial merupakan salah satu bentuk stimulus terhadap orang yang melihat (organisme) postingan di media sosial, sehingga stimulus yang menggunakan konten kreatif tersebut akan memunculkan suatu respon, efek dan reaksi. Efek dan reaksi dalam penelitian ini bisa digambarkan dalam bentuk kesadaran masyarakat dalam berzakat, infak dan sedekah.

¹⁹ Mar'at, "Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukuran", Jakarta, Ghalia Indonesia 1982, Hlm 27.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁰ Metode penelitian yang digunakan dalam peneliti ini sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pola deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti hal-hal yang alamiah.²¹ Sedangkan Pola deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya.²² Maka dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk memberikan gambaran pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan kesadaran zakat, infak dan sedekah masyarakat.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang peneliti pilih adalah PW NU CARE-LAZISNU DIY JL.MT.Haryono No.40-42 Suryodiningratan, Kecamatan Mantriheron, Kota Yogyakarta. Memilih lokasi ini dikarenakan PW NU CARE-LAZISNU DIY merupakan salah satu lembaga filantropi Islam

²⁰Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2015). Hlm. 2

²¹*Ibid*, Hlm. 8

²²Sukardi, "*Metodelogi Penelitian Pendidikan , Kompetensi Dan Praktiknya*", (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), Hlm. 157

yang progresifitas dalam mengelola media sosial sangat signifikan dan aktif, sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat, infak dan sedekah. Selain itu, peneliti tertarik dengan PW NU CARE-LAZISNU DIY dikarenakan Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan pusat organisasi masyarakat (ORMAS) Muhammadiyah serta daerah pertama yang mendirikan ORMAS Muhammadiyah. Sehingga peneliti sangat tertarik terhadap PW NU CARE-LAZISNU DIY yang masih bisa eksis meskipun berada di tengah-tengah masyarakat yang mempunyai perbedaan latar belakang ORMAS.

3. Sumber Data

a. Data primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu informasi dari ketua dan direktur, koordinator *fundraising*, koordinator *public relation*, dan dua muzakki atau munfiq.

b. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu menggunakan data dari beberapa literatur diantaranya: skripsi, jurnal, artikel, buku, web dan dokumentasi PW NU CARE-LAZISNU DIY.

4. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

a. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan melakukan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti: PW NU CARE-LAZISNU DIY. Observasi awal yang peneliti lakukan yaitu dengan mengamati kinerja pengurus, mengikuti rapat, mengikuti kegiatan dilapangan, bahkan peneliti sampai membantu menyelesaikan program PW NU CARE-LAZISNU DIY. Perlu diketahui bahwa peneliti disini merupakan relawan dari PW NU CARE-LAZISNU DIY sendiri, oleh sebab itu peneliti bisa mengamati secara mendalam tentang aktivitas pengurus, acara yang diselenggarakan, serta pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan kesadaran zakat, infak dan sedekah masyarakat.

b. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini diajukan kepada beberapa pihak antara lain, Mamba'ul Bahri selaku ketua, Ulin Nuha sebagai direktur. Wawancara dan diskusi dengan kordinator *public relation* dan *fundraishing* yaitu mas Zaki dan mas Agus, hal tersebut dilakukan untuk mengetahui stimulus lewat konten media sosial dan perhimpunan dana lewat media sosial. Selain itu peneliti juga wawancara dengan dua donatur (muzakki dan munfiq) yaitu pak Sugeng dan mas Adit, hal tersebut untuk mengetahui efek konten media sosial dalam

meningkatkan kesadaran zakat, infak dan sedekah masyarakat oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan penguat dari teknik observasi dan wawancara. Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi dokumentasi secara langsung yang diambil oleh peneliti seperti halnya foto kantor, saat rapat dan foto kegiatan. Selain itu juga peneliti mengambil dokumentasi dari web, media sosial dan *geogle drive*.

5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun data yang diperoleh di lapangan secara sistematis, baik itu dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Langkah selanjutnya yaitu membuat kategorisasi dan memilah data yang penting, dan langkah terakhir yaitu menarik kesimpulan, sehingga pembaca mudah memahami.²³ Dalam penelitian ini, teknis analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman, yaitu,²⁴

²³Nurul Zuriah. 2009. *“Metodologi Penelitian dan Pendidikan”*.(Jakarta : PT Bumi Aksara). Hlm 217

²⁴H.M.Burhan Bungin. 2008. *“Penelitian kualitatif”* Hlm.143.

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, relevansi serta fokus penelitian dari hasil data lapangan yang meliputi catatan lapangan, wawancara, dokumen serta data yang ada di media sosial.²⁵ Oleh sebab itu, peneliti mengambil data yang penting dan yang sesuai dengan tujuan penelitian tentang pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh lembaga filantropi Islam (PW NU CARE-LAZISNU DIY).

b. Penyajian data

Penyajian data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu dengan cara menarasikan seluruh informasi yang diperoleh di lapangan mengenai pemanfaatan media sosial oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY, sejarah dan profil PW NU CARE-LAZISNU DIY.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini yaitu dengan cara pengumpulan data, pemilihan data, penyajian data dan analisis

²⁵Emzir. 2016. *“Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data”*.(Jakarta : Rajawali Pers). Hlm 129.

data dengan dikaitkan dengan teori yang digunakan oleh peneliti.

H. Sistematika pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk menjelaskan serta memberikan gambaran terkait penelitian ini, supaya lebih jelas dan terstruktur. Peneliti membagi sistematika pembahasan dalam penelitian ini menjadi lima bab yaitu:

Bab pertama, adalah Pendahuluan, pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, pada bab ini berisi mengenai gambaran umum PW NU CARE-LAZISNU DIY yang terdiri dari sejarah dan latar belakang terbentuknya, program, sistem layanan serta profil informan.

Bab ketiga, pada bab ini menjelaskan tentang temuan di lapangan terkait pengelolaan media sosial, pemanfaatan media sosial dalam perhimpunan dana, hambatan dalam mengelola media sosial serta respon masyarakat terhadap konten media sosial.

Bab keempat, pada bab ini menjelaskan hasil penelitian tentang temuan data mengenai pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap zakat, infak dan sedekah di PW NU CARE-LAZISNU DIY yang terdiri dari konten media sosial (inovatif dan kreatif), konten media

sebagai alat penarik donatur serta efek konten media sosial dan kesadaran masyarakat..

Bab kelima, adalah penutup, yang berisi tentang kesimpulan penelitian yang menjawab rumusan masalah dan saran terhadap peneliti selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

PW NU CARE-LAZISNU DIY merupakan salah satu lembaga filantropi Islam yang ada di Indonesia dan ada di bawah naungan organisasi masyarakat (ORMAS) Indonesia yaitu Nadlatul Ulama'. Adanya lembaga tersebut bertujuan untuk membantu masyarakat dalam hal ekonomi, pendidikan dan kesehatan. Sampai saat ini lembaga tersebut masih sangat eksis dan aktif dalam membantu masyarakat dan pemerintah, terutama dalam hal pengentasan kemiskinan di Indonesia.

Berdasarkan penelitian serta analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. PW NU CARE-LAZISNU DIY dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan sosialisasi program, telah menghasilkan beberapa hal diantaranya yaitu seperti bertambahnya pemasukan baik berupa zakat, infak, maupun sedekah. Bentuk promosi yang dilakukan oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY yaitu *Instagram Ads, influencer ambassador, imagine campaign* serta kerjasama dengan *online shop* dan *crowdfunding*.
2. Konten media sosial yang dilakukan oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY dapat meningkatkan kesadaran zakat, infak dan sedekah (ZIS) masyarakat. Salah satu bukti bahwa ada peningkatan kesadaran masyarakat atas ZIS

yaitu dengan bertambahnya pemasukan lembaga dan donatur (orang yang berdonasi baik itu berupa uang, barang dan jasa).

3. Pemanfaatan konten media sosial yang dilakukan oleh PW NU CARE-LAZISNU DIY hanya terfokus pada media sosial Instagram.

B. Saran

Adapun saran yang peneliti ajukan adalah:

1. Peneliti menyadari ketidaksempurnaan dalam penelitian ini. Oleh sebab itu besar harapan kepada peneliti selanjutnya untuk mampu melengkapi pembahasan secara mendalam terkait pemanfaatan media sosial di PW NU CARE-LAZISNU DIY.
2. Bagi staf manajemen *public relation* dan *fundraising* diharapkan dapat lebih aktif mengikuti pelatihan pengelolaan media sosial dan perhimpunan dana lewat media sosial baik itu Instagram, Facebook dan Twitter.
3. Bagi staf manajemen *public relation* dan *fundraising* diharapkan tidak hanya terfokus pada pemanfaatan media sosial Instagram. Akan tetapi juga memanfaatkan media sosial Facebook dan Twitter dalam mengelola media sosial dan perhimpunan dana.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

Al- Qur'an Surat At- Taubah Ayat 272

Al- Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 99

Arikunto, Suharsimi "*Prosedur Penelitian*", (Jakarta: Renika Cipta, 1993)

Bungin, Burhan, "*Sosiologi Komunikasi*" (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2007)

Dwi, Bambang Atmoko, *Instagram handbook tips fotografi ponsel*, Jakarta, media kita, 2012

Emzir. 2016. "*Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*".(Jakarta : Rajawali Pers)

Hadari, Nawawi. "*Metode Penelitian Bidang Sosial*", (Yogyakarta: Gadjah Mada University PRESS)

Haris, A.S. Sumadiria, "*Sosiologi Komunikasi Massa*" (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2014)

Mar'at, "*Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukuran*", Jakarta, Ghalia Indonesia 1982, Hlm 27

Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2015).

Sukardi, "*Metodelogi Penelitian Pendidikan , Kompetensi Dan Praktiknya*", (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2009)

Sumadiria, Haris." *sosiologi komunikasi massa*", (Bandung : simbiosis rekatama media, 2014)

Uchjana, Onong Efendy, "*Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*", Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003

Zuriah, Nurul. 2009. "*Metodologi Penelitian dan Pendidikan*".(Jakarta : PT Bumi Aksara).

Sumber jurnal:

- Badri, Muhammad Titi Antin, Adopsi Inovasi Media Sosial Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FDK UIN SUSKA Riau, Jurnal Risalah Vol.26 No.4 Desember 2015
- Ferry Marlianto, Dochi Ramadhani, Ryan Permana, Pengaruh Media Sosial Terhadap Kreativitas Dan Kepribadian Mahasiswa Pendidik TIK IKIP PGRI Pontianak, Jurnal Pendidikan Informatika Dan Sains, Vol.5 No.2 Desember 2016
- Kholis, Nur Soya Sobaya, Yuli Andriansyah dan Muhammad Iqbal, “Potret Filantropi Islam Di Daerah Istimewa Yogyakarta” *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. VII, No. 1, Juli 2013.
- Nursalam, Nurbaya, Jamaluddin Arifin. “Kontruksi Sosial Media Komunikasi Instagram Terhadap Pola Pikir Perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi”. *Jurnal Equilibrium Pendidikan Sosiologi*. Vol.. IV, No.2 November 2016.
- Priyo, Endhar Utomo, Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Bentuk Inovasi, Strategi Komunikasi dan Kreatifitas Layanan di Perpustakaan Perguruan Tinggi, Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Vol.3 No.1 2019
- Sagia, Ayu Syafrizal Helmi Situmorang. “Pengaruh *Bran Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wafe* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Nature Republik Aloe Vera*”. Jurnal Manajemen Bisnis Islam, Vol. 5, Nomor 2, Februari 2018.
- Utami, Rosanti Dewi S.Y, Zam Zam Nurjaman, Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Promosi Pada Restoran Ranjang 69. Jurnal Komunikasi Dan Media Vol.1 No.2 Februari 2017
- Wahyuni, Rita Arifin, Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif, Bina Insani ICT Jurnal, Vol. 2 No.2, Oktober 2015

Sumber skripsi:

Darmastuti, Karlita “Pengaruh Iklan Dalam *Social Media* Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen”. *Skripsi* ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan humaniora UIN sunan kalijaga.

Eka, Augasta Rasa Putra, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah (Studi Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan)”. *Skripsi*. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018.

Husna, Dian Pandayin, “Penggunaan Media Sosial Pada Lembaga Filantropi Islam Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dan Penggalangan Dana”. *Skripsi*. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2015.

Makhrus, “Filantropi Islam Berbasis Media Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Daerah Istimewa Yogyakarta” *Tesis*. Dosen Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Purwokerto 2016.

Nashir, Muhammad “Tinjaun Hukum Islam Terhadap Praktik Zakat Produktif di PW NU CARE-LAZISNU Yogyakarta”. *Skripsi*, fakultas syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015, tidak di publikasikan.

Tri, Indriati Astuti, Muhammad Supraja. “Facebook Dan Komunitas Filantropi Islam (Laskar Sedekah)”. *Skripsi* S1 Sosiologi Universitas Gadjah Mada 2017.

Sumber Artikel:

Faridhian Anshari Dan Naryana Mahendra P, Media Sosial Sebagai Sarana Branding Politisi, Pengajar STT PLN Jakarta, Pengajar UII Yogyakarta

Muh. Sasfianto R, La Ode Jumaidin, Siti Ummi R, Pemanfaatan Instagram Dalam Membentuk Personal Branding Duta Bahasa Sulawesi Tenggara. Fisip Universitas Halu Oleo

Sumber internet:

<https://news.detik.com/berita/d-3517254/baru-17-dari-235-anggota-forum-zakat-yang-tersertifikasi-nasional>

<https://ngada.org/uu23-2011.htm>

<https://amp.kompas.com/nasional/read/2017/03/23/23223311/mensos.ajak.filantropi.bantu.pemerintah.tanggulangi.kemiskinan>

<https://amp.kompas.com/tekno/read/2018-03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>

<https://www.nu.or.id/post/read/84341/berebut-identitas-nahdliyin>

<https://nucare.id/tentang>

https://www.kompasiana.com/jesseray/kreatif-dan-inovatif-dalam-kewirausahaan_55297dadf17e6185788b4a53

