

**AKTIVISME FILANTROPI DALAM KOMUNITAS GORONTALO BAIK  
INDONESIA (GOROBA) : AUTO-NETNOGRAFI AKUN KITABISA DAN  
INSTAGRAM**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

**Oleh:**

**Kofifah Fiandari**

**NIM. 21102030010**

**Dosen Pembimbing:**

**Ahmad Izudin, M.Si.**

**NIP. 19890912 202903 1 008**

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1301/Un.02/DD/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : AKTIVISME FILANTROPI DALAM KOMUNITAS GORONTALO BAIK  
INDONESIA (GOROBA) : AUTO-NETNOGRAFI AKUN KITABISA DAN  
INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KOFIFAH FIANDARI  
Nomor Induk Mahasiswa : 21102030010  
Telah diujikan pada : Selasa, 19 Agustus 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Ahmad Izudin, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 68a8331a9b479



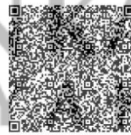
Penguji I  
Drs. Moh Abu Suhud, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 68a72c25eecd8a



Penguji II  
Beti Nur Hayati, M.A.  
SIGNED

Valid ID: 68a7d196d1bda



Yogyakarta, 19 Agustus 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Arif Malthin, M.Ag., M.A.I.S.  
SIGNED

Valid ID: 68abec73d6d

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 589621, Faksimili (0274) 586117  
Website : <http://dakwah.uin-suka.ac.id>

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Setelah membaca, meneliti, menelaah, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari :

Nama : Kofifah Fiandari  
NIM : 21102030010  
Judul : **AKTIVISME FILANTROPI ISLAM DALAM KOMUNITAS GORONTALO  
BAIK INDONESIA (GROBA) : AUTO-NETNOGRAFI AKUN KITABISA  
DAN INSTAGRAM**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 05 Agustus 2025

Pembimbing

Ketua Prodi

Ahmad Izudin, M.Si  
NIP. 19890912 202903 1 008

Siti Aminah, S.Sos.I, M.Si  
NIP 19830811 201102 2010

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kofifah Fiandari  
NIM : 21102030010  
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: “Aktivisme Filantropi Islam Dalam Komunitas Gorontalo Baik Indonesia (Goroba) : Auto-Netnografi Akun Kitabisa Dan Instagram” adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 06 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Kofifah Fiandari  
NIM 21102030010

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Ayah, Ibuk, Abang, Mas, Kak Phia, Bian, dan seluruh orang terdekat yang selalu memberikan doa, semangat, serta dukungan dari awal perkuliahan hingga proses penulisan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan di waktu yang tepat.



## MOTTO

**“Barangkali sesuatu ditunda, karena hendak disempurnakan, dibatalkan karena hendak diganti dengan yang utama, dan ditolak karena hendak diganti dengan yang lebih baik”**

*-tulisanlily*



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim.* Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “Aktivisme Filantropi dalam Komunitas Gorontalo Baik Indonesia (GOROBA) : Auto-Netnografi Akun Kitabisa dan Instagram”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menuadari bahwa proses penulisan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu dengan rasa hormat dan tulus, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Siti Aminan, S.Sos.I., M.Si. selaku Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam dan Ibu Halimatus Sa'diyah, S.I.Kom, M.I.Kom. selaku Sekretaris Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Ahmad Izudin, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, menyalurkan ilmu, memberi masukan, solusi, dan arahan yang jelas sehingga saya merasa sangat beruntung dan berterimakasih atas bimbingan dari beliau sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah

memberikan ilmu dan pelayanan selama perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini.

6. Ayah ibuk, yang tidak pernah berhenti memanjatkan doa, memberikan kasih sayang, serta segala bentuk dukungan yang tidak pernah putus selama proses perkuliahan hingga terselesaikannya Skripsi ini, yang selalu menjadi alasan penulis untuk selalu berhati-hati dalam melakukan sesuatu. Terimakasih telah menjadi tempat pulang yang penuh ketulusan.
7. Abang, Mas, Kak Phia dan keponakan saya Bian, yang selalu mendukung dengan caranya masing-masing, yang selalu menjadi penguat, pengingat dan penghibur saat semangat mulai meredup. Kehadiran kalian sangat berarti dalam perjalanan yang belum selesai ini.
8. Keluarga besar penulis yang berada di Bengkulu, terima kasih atas semangat, dukungan, dan doa-doa terbaiknya untuk saya
9. Terimakasih saya sampaikan kepada teman-teman Pengurus GOROBA, atas kepercayaan dan kesempatan selama proses penelitian. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bentuk apresiasi atas kebaikan-kebaikan yang telah kalian lakukan.
10. Teman-teman dekat penulis selama perkuliahan Saul, teman dari masa SMA yang berlanjut hingga ke jogja. Nayif dan Rizma teman dekat semasa perkuliahan saya. Terimakasih karena selalu bersedia menjadi tempat pulang dan bercerita, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, sambatan, serta tawa yang turut mewarnai perjalanan ini. Kehadiran kalian menjadikan proses studi jauh lebih bermakna dan menyenangkan.
11. Teman-teman dalam pengerjaan skripsi, Mila yang saling ngeluh bareng, panik bareng, milih hayday bareng. Azza yang selalu ngehype bakwan sayur bareng, histeris bareng. Terima kasih kehadiran kalian menjadikan skripsi ini jauh lebih berarti
12. Teman-teman Maggot saya. PPM FKWA, Nayif, Mila, Bima, Rifda, Rizma, Nadiyya, Hasyim. Terima kasih atas kebersamaan dari awal semester 5 hingga sekarang dan semoga sampe nanti-nanti. Kita keren udah sampe dititik ini!.

13. Teman teman Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam angkatan 2021, terima kasih telah kebersamai perjalanan perkuliahan saya dari awal sampai berakhir masing-masing.
14. Untuk neo city dari awal semester 4 dan sebang di detik-detik terakhir pengerjaan skripsi, terimakasih karena lagu dan konten kalian saya tidak merasa mengerjakan ini sendirian.
15. Untuk Dinda kecil terimakasih, *you did it !*

Semoga segala motivasi, dukungan, dan doa dari semua pihak dibalas dengan kebaikan yang berlipat oleh Allah SWT. Akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat menjadi kontribusi kecil dalam khazanah keilmuan, membuka cakrawala berpikir, dan membawa kebermanfaatan bagi siapa pun yang membaca.



## INTISARI

Aktivisme filantropi kini mengalami pergeseran bentuk dan cara, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital yang membentuk ulang relasi sosial, cara berinteraksi, dan mekanisme distribusi donasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana komunitas Gorontalo Baik Indonesia (GOROBA) menggunakan *platform digital* seperti Kitabisa dan Instagram untuk membentuk identitas, membangun kepercayaan publik, serta menjalankan pelayanan sosial secara berkelanjutan. Melalui pendekatan auto-netnografi, penulis menelusuri keterlibatan pribadi dalam proses pengumpulan dan analisis data, sambil merekam dinamika dan transformasi yang berlangsung dalam komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *platform digital* bukan hanya menjadi alat bantu teknis, melainkan ruang mediatized yang membentuk pola komunikasi, cara kerja kolektif, hingga legitimasi sosial komunitas GOROBA sebagai agen filantropi kontemporer. Riset ini memberikan kontribusi konseptual terhadap kajian *mediatization* dan aktivisme digital dalam studi keagamaan, sekaligus membuka ruang refleksi baru bagi komunitas-komunitas filantropi lainnya untuk menavigasi kerja-kerja sosial di era media baru.

**Kata Kunci:** Auto-netnografi, Filantropi, *Mediatization*, Komunitas Digital, GOROBA.



## ABSTRACT

Islamic philanthropic activism is undergoing a shift in both form and practice, in line with the rapid advancement of digital technology that is reshaping social relations, modes of interaction, and mechanisms of donation distribution. This study aims to understand how the Gorontalo Baik Indonesia (GOROBA) community utilizes digital platforms such as Kitabisa and Instagram to construct identity, build public trust, and sustain social service initiatives. Employing an auto-netnographic approach, the researcher traces personal involvement in the data collection and analysis process, while documenting the dynamics and transformations occurring within the community. The findings reveal that digital platforms function not merely as technical tools, but as mediatized spaces that shape patterns of communication, collective work practices, and the social legitimacy of GOROBA as a contemporary agent of Islamic philanthropy. This research offers a conceptual contribution to the studies of *mediatization* and digital activism in religious contexts, while opening new avenues for reflection among other philanthropic communities navigating social work in the digital media era.

**Keywords:** Auto-netnography, Philanthropy, Mediatization, Digital Community, GOROBA.



## DAFTAR ISI

|                                                                                      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                                      | <b>ii</b>  |
| <b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>                                               | <b>iii</b> |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>                                        | <b>iv</b>  |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>                                                      | <b>v</b>   |
| <b>MOTTO .....</b>                                                                   | <b>vi</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                           | <b>vii</b> |
| <b>INTISARI.....</b>                                                                 | <b>x</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                                | <b>xi</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                               | <b>xii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                            | <b>xiv</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                                           | <b>xv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                                       | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang .....                                                              | 1          |
| B. Rumusan Masalah .....                                                             | 7          |
| C. Tujuan Penelitian .....                                                           | 7          |
| D. Manfaat Penelitian.....                                                           | 7          |
| E. Kajian Pustaka.....                                                               | 8          |
| F. Kajian Teori.....                                                                 | 14         |
| G. Metode Penelitian .....                                                           | 25         |
| 1. Pendekatan Penelitian .....                                                       | 25         |
| 2. Pengumpulan Data .....                                                            | 26         |
| 3. Analisis Data .....                                                               | 29         |
| 4. Validasi Data .....                                                               | 30         |
| H. Sistematika Pembahasan .....                                                      | 30         |
| <b>BAB II AKTIVISME GERAKAN FILANTROPI DIGITAL DALAM ERA<br/>MEDIATIZATION .....</b> | <b>32</b>  |
| A. Pengantar .....                                                                   | 32         |

|                                                     |                                                                                                                           |            |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| B.                                                  | Sejarah Yayasan Gorontalo Baik Indonesia .....                                                                            | 32         |
| C.                                                  | Profil Kepengurusan Yayasan Gorontalo Baik Indonesia .....                                                                | 34         |
| D.                                                  | Layanan Kemanusiaan Yayasan Gorontalo Baik Indonesia.....                                                                 | 38         |
| 1.                                                  | Layanan Medis.....                                                                                                        | 38         |
| 2.                                                  | Layanan Non-Medis.....                                                                                                    | 41         |
| E.                                                  | Perubahan Peran: Konvensional ke Digital .....                                                                            | 45         |
| 1.                                                  | Instagram.....                                                                                                            | 46         |
| 2.                                                  | Kitabisa .....                                                                                                            | 48         |
| <b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                                                                                                           | <b>50</b>  |
| A.                                                  | Pengantar .....                                                                                                           | 50         |
| B.                                                  | Peran Akun Kitabisa dan Instagram Dalam Membentuk Identitas dan Legitimasi Komunitas GOROBA Sebagai Agen Filantropi ..... | 50         |
| 1.                                                  | Peranan sebagai Media Komunikasi.....                                                                                     | 50         |
| 2.                                                  | Branding Identitas Digital.....                                                                                           | 62         |
| 3.                                                  | Peningkatan Kepercayaan Publik.....                                                                                       | 68         |
| C.                                                  | Bentuk dan Praktik Aktivisme Filantropi yang Dilakukan Oleh Komunitas GOROBA di <i>Platform Digital</i> .....             | 72         |
| 1.                                                  | Berawal dari Empati : Kampanye Media Sosial .....                                                                         | 72         |
| 2.                                                  | Penggalangan Dana.....                                                                                                    | 78         |
| 3.                                                  | Distribusi Pelayanan Sosial: Medis dan Non-Medis.....                                                                     | 80         |
| D.                                                  | Analisis Hasil Penelitian .....                                                                                           | 92         |
| 1.                                                  | Analisis Peran Media Sosial dalam Membentuk Identitas dan Legitimasi GOROBA sebagai Agen Filantropi .....                 | 93         |
| 2.                                                  | Analisi Praktik Aktivisme Filantropi GOROBA di <i>Platform Digital</i> .                                                  | 100        |
| 3.                                                  | Kontribusi Penelitian.....                                                                                                | 107        |
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b>                         |                                                                                                                           | <b>110</b> |
| A.                                                  | Kesimpulan .....                                                                                                          | 110        |
| B.                                                  | Saran .....                                                                                                               | 112        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                          |                                                                                                                           | <b>113</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>                   |                                                                                                                           | <b>127</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Data Narasumber.....                                        | 28 |
| Tabel 3. 1 Identitasi Visual dan Konsistensi Branding GOROBA.....      | 64 |
| Tabel 3. 2 Kampanye Media Sosial di Akun Instagram @gorontaloibak..... | 73 |
| Tabel 3. 3 Penggalangan Dana di Akun Instagram @gorontaloibak .....    | 79 |
| Tabel 3. 4 Distribusi Pelayanan Medis.....                             | 82 |
| Tabel 3. 5 Distribusi Pelayanan Non-Medis .....                        | 88 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Kerangka Teori.....                                                | 20 |
| Gambar 2. 1 Struktur Kepengurusan GOROBA.....                                  | 35 |
| Gambar 2. 2 Tampilan Instagram GOROBA.....                                     | 47 |
| Gambar 2. 3 Tampilan Kitabisa GOROBA.....                                      | 48 |
| Gambar 3. 1 Kampanye Donasi Digital untuk Mbah Saparni .....                   | 52 |
| Gambar 3. 2 Cuplikan Video Kisah Inspiratif Penerima Manfaat .....             | 55 |
| Gambar 3. 3 Cuplikan Cerita Penggalangan Dana.....                             | 56 |
| Gambar 3. 4 Cuplikan Video Distribusi Bantuan.....                             | 59 |
| Gambar 3. 5 <i>Caption</i> Postingan Distribusi Bantuan .....                  | 60 |
| Gambar 3. 6 Poster Peringatan 5 Tahun GOROBA .....                             | 61 |
| Gambar 3. 7 Postingan Nenek Ni'ah dengan tagar #Kabarmereka .....              | 64 |
| Gambar 3. 8 Postingan <i>urgent</i> program rumah sahabat untuk Ibu Marni..... | 64 |
| Gambar 3. 9 Postingan bayi Hamid dengan tagar #GorobaBantu .....               | 65 |
| Gambar 3. 10 Tampilan Kampanye dan Transparansi Dana Kitabisa.....             | 66 |
| Gambar 3. 11 Tampilan Kampanye dan Transparansi Dana Kitabisa.....             | 67 |
| Gambar 3. 12 Poster Open Recruitment di Akun Instagram.....                    | 69 |
| Gambar 3. 13 Cuplikan <i>Reels</i> dan Komentar Publik di Instagram .....      | 70 |
| Gambar 3. 14 Tampilan Kampanye dan Partisi Publik Kitabisa.....                | 71 |
| Gambar 3. 15 Postingan Bantu Dito .....                                        | 73 |
| Gambar 3. 16 Postingan Ibu Sartini .....                                       | 73 |
| Gambar 3. 17 Postingan Ibu Asna dan Anaknya.....                               | 73 |
| Gambar 3. 18 Postingan Adik Elzio .....                                        | 74 |
| Gambar 3. 19 Tampilan Kampanye dan Cerita Penggalangan.....                    | 77 |
| Gambar 3. 20 Open Donasi Untuk Ibu Asna .....                                  | 79 |
| Gambar 3. 21 Open Donasi Bantu Korban Banjir .....                             | 79 |
| Gambar 3. 22 Tampilan Kampanye dan <i>Progress</i> Donasi .....                | 80 |
| Gambar 3. 23 Penyaluran Bantuan Pengobatan untuk Adik Fauzan .....             | 82 |
| Gambar 3. 24 Kabar dari Ibu Deko Pejuang Kanker Payudara .....                 | 83 |
| Gambar 3. 25 Pengobatan Adik Kasim, Sebelum dan Setelah Operasi .....          | 83 |
| Gambar 3. 26 Cuplikan <i>Reels</i> Kisah Adik Sultan .....                     | 84 |
| Gambar 3. 27 Penyaluran Bantuan Untuk Mbah Ni'ah .....                         | 88 |
| Gambar 3. 28 Berbagi Bersama Pesantren ABATA .....                             | 88 |
| Gambar 3. 29 Kisah Kakek Pedagang Kue Keliling.....                            | 89 |
| Gambar 3. 30 Penyaluran Alkitab dan Kebutuhan SLB .....                        | 89 |
| Gambar 3. 31 Bagan Hasil Analisis Penelitian .....                             | 93 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, pesatnya perkembangan teknologi tidak hanya mengubah cara manusia berkomunikasi tetapi juga mendefinisikan ulang cara mereka ikut terlibat dalam kegiatan sosial.<sup>1</sup> Salah satunya tampak dari banyaknya kampanye penggalangan dana digital, mulai dari bantuan bencana hingga dukungan untuk kelompok marginal.<sup>2</sup> Fenomena ini mencerminkan pergeseran praktik filantropi dari penyaluran langsung menuju bentuk digital melalui *platform online*.<sup>3</sup> Meski semakin populer, kegiatan filantropi digital ini masih sering dipahami hanya sekadar bentuk adaptasi dari model konvensional.<sup>4</sup> Dalam studi yang ada, tidak semua lembaga amal atau zakat memiliki kapasitas digital yang memadai

---

<sup>1</sup> Dede Mustomi and Aprilia Puspasari, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Cermin: Jurnal Penelitian* 4, no. 1 (July 1, 2020): 133, [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496); Miftakhul Rizqi, "Perubahan Sosial Budaya Dalam Modernisasi Dan Teknologi Dipandang Dari Proses Belajar," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25, no. 2 (December 13, 2023): 233–39, <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i4.7304>; Muhamad Danuri, "Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital," *Jurnal Ilmiah Infokam* 15, no. 2 (September 30, 2019), <https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>.

<sup>2</sup> Wiwit Lestari et al., "Penyaluran Donasi Untuk Korban Bencana Alam Berbasis Website (Studi Kasus: Pecinta Anak Yatim & Doefa Indonesia Tercinta)," *Jurnal Ilmiah Betrik* 13, no. 1 (April 19, 2022): 8–17, <https://doi.org/10.36050/betrik.v13i1.405>; Gina Sonia and Rudi Saprudin Darwis, "Dinamika Lembaga Pelayanan Sosial Dalam Memberikan Layanan Di Tengah Pandemi," *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 3 (February 7, 2021): 457, <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.28348>.

<sup>3</sup> Dony Arung Triantoro, Tri Wahyuni, and Fitra Prasapawidya Purna, "Digital Philanthropy: The Practice of Giving Among Middle to Upper-Class Muslim in Indonesia and Soft Capitalism," *QJIS (Qudus International Journal of Islamic Studies)* 9, no. 2 (December 26, 2021): 315, <https://doi.org/10.21043/qjis.v9i2.7814>; Yuliana Rakhmawati, "Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Altruisme Tradisional-Karitas Menuju Filantropi Integratif," *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 13, no. 2 (September 30, 2019), <https://doi.org/10.24090/komunika.v13i2.2082>.

<sup>4</sup> Hana Hanifah, "Hubungan Timbal Balik Filantropi Dan Antropologi," *Aceh Anthropological Journal* 7, no. 2 (October 31, 2023): 195, <https://doi.org/10.29103/aaj.v7i2.11423>.

untuk bersaing *platform digital*.<sup>5</sup> Banyak di antaranya yang mengalami keterbatasan dalam infrastruktur digital, sumber daya manusia, maupun manajemen digital yang memadai.<sup>6</sup> Di saat yang sama, kesenjangan akses literasi digital di masyarakat menyebabkan tidak semua kelompok mendapatkan kesempatan yang sama dalam berpartisipasi di ruang digital, baik sebagai donatur maupun sebagai penerima manfaat.<sup>7</sup>

*Platform digital* yang seharusnya menjadi ruang distribusi solidaritas antara sesama, justru kerap kali memunculkan tantangan baru.<sup>8</sup> Banyaknya *campaign* yang bertebaran di linimasa menciptakan kejenuhan dikalangan donatur.<sup>9</sup> *Campaign* yang viral atau menyentuh sisi emosional cenderung lebih mudah mendapatkan perhatian publik, daripada yang berdampak jangka panjang seperti penggalangan dana bagi pemberdayaan

---

<sup>5</sup> Sri Maulida et al., "Problems and Solutions in Zakat Digitalization: Evidence from South Kalimantan, Indonesia," *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, February 1, 2022, 94–109, <https://doi.org/10.20885/jeki.vol8.iss1.art7>; Juliana Nasution, "Determinants of the Successful Digital Campaigns on Zakat: An Analysis Based on Islamic Marketing Perspective," *Ekuilibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 18, no. 1 (March 11, 2023): 94–109, <https://doi.org/10.24269/ekuilibrium.v18i1.2023.pp94-109>.

<sup>6</sup> Malikha Cinta Meilany et al., "Analisis Peluang Serta Tantangan Pada Digitalisasi Manajemen Terhadap Filantropi Dakwah Di Era Modern," *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat* 3, no. 2 (October 30, 2024): 01–11, <https://doi.org/10.55606/jurrafi.v3i2.4571>; Gerson et al., "Tantangan Dan Peluang Digitalisasi Dalam Manajemen SDM: Perspektif Praktisi Dan Pengambil Keputusan," *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 3, no. 2 (April 5, 2025): 134–58, <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i2.93>.

<sup>7</sup> Ratna Susanti and Nilam Astarti Putri, "Adopsi Teknologi Informasi Sebagai Literasi Digital Masa Pandemi Covid-19 Bagi Para Perempuan Di Pedesaan," *Literatus* 4, no. 1 (April 15, 2022): 61–68, <https://doi.org/10.37010/lit.v4i1.630>; Desy Maritha, "Ekonomi Digital," *Jurnal Transformasi Administrasi* 13, no. 01 (August 10, 2023), <https://doi.org/10.56196/jta.v13i01.249>.

<sup>8</sup> Muhammad Bahram, "Tantangan Hukum Dan Etika (Rekayasa Sosial Terhadap Kebebasan Berpendapat Di Dunia Digital)," *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah* 2, no. 12 (December 8, 2023): 5092–5109, <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i12.1895>.

<sup>9</sup> Philipp Süßenbach, "When They Come in Crowds: Charity Appeals and Moral Fatigue," *Basic and Applied Social Psychology* 40, no. 4 (July 4, 2018): 171–79, <https://doi.org/10.1080/01973533.2018.1459300>.

masyarakat.<sup>10</sup> Lebih lanjut, transparansi yang ditawarkan oleh *platform digital* sering kali terbatas pada pelaporan visual yang selektif dan tidak menyeluruh.<sup>11</sup> Hal ini menimbulkan kekhawatiran mengenai keaslian dan akuntabilitas informasi yang ditampilkan di ruang digital.

Kondisi ini diperparah dengan maraknya fundraiser individu yang memanfaatkan *platform* donasi tanpa dukungan lembaga resmi.<sup>12</sup> Di satu sisi, hal ini memperluas akses partisipasi, tetapi di sisi lain, membuka celah besar terhadap penyalahgunaan dana dan penipuan.<sup>13</sup> Lemahnya sistem verifikasi pada praktik filantropi digital membuat publik sulit membedakan mana *campaign* yang valid dan mana yang tidak.<sup>14</sup> Terlebih banyak kasus-kasus penyimpangan yang muncul dan mencederai kepercayaan publik

---

<sup>10</sup> Cassandra M. Chapman, Barbara M. Masser, and Winnifred R. Louis, "The Champion Effect in Peer-to-Peer Giving: Successful Campaigns Highlight Fundraisers More Than Causes," *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 48, no. 3 (June 15, 2019): 572–92, <https://doi.org/10.1177/0899764018805196>; Jarosław Jankowski et al., "Towards Sustainability in Viral Marketing with User Engaging Supporting Campaigns," *Sustainability* 10, no. 1 (December 22, 2017): 15, <https://doi.org/10.3390/su10010015>.

<sup>11</sup> Michael Reskiantio Pabubung, "Transparansi," *Jurnal PolGov* 3, no. 2 (December 30, 2021): 53–94, <https://doi.org/10.22146/polgov.v3i2.3526>.

<sup>12</sup> Dwiki Faiz, "Analisa Maraknya Pemanfaatan Platform Dalam Pengumpulan Zakat Melalui Prespektif Strukturasi Ala Giddens," *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan* 18, no. 1 (June 14, 2021): 1–12, <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v18i1.235>; Felia Hutari Dwi Putri and Novianita Sita Devi, "Analisa Penyalahgunaan Social Crowdfunding," *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 5 (December 25, 2022): 2391–95, <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i5.2390>.

<sup>13</sup> Eric Pranata et al., "Pengaruh Crowdfunding Pada Platform Teknologi Kitabisa.Com Terhadap Masyarakat Indonesia," *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)* 6, no. 1 (January 20, 2023): 1, <https://doi.org/10.56327/jtksi.v6i1.1208>; Faiz, "Analisa Maraknya Pemanfaatan Platform Dalam Pengumpulan Zakat Melalui Prespektif Strukturasi Ala Giddens."

<sup>14</sup> Rizky Amalia Syahrani et al., "Negosiasi Identitas Praktik Filantropi Digital Rumah Garda Indonesia," *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam* 10, no. 1 (July 25, 2023): 42, <https://doi.org/10.37064/jki.v10i1.16955>; Triantoro, Wahyuni, and Purna, "Digital Philanthropy: The Practice of Giving Among Middle to Upper-Class Muslim in Indonesia and Soft Capitalism."

terhadap praktik filantropi digital secara keseluruhan karena rendahnya kesadaran hukum mengenai etika pengelolaan dana.<sup>15</sup>

Selain itu, banyak bermunculan filantropi digital yang berorientasi pada publik yang tidak hanya dipahami sebagai bentuk kepedulian sosial, melainkan juga sebagai ajang ekspresi diri dan gaya hidup.<sup>16</sup> Banyak individu yang menjadikan ini sebagai ajang untuk menunjukkan personal branding mereka di media sosial, yang menyebabkan terjadinya kesenjangan antara nilai filantropi yang bersifat altruistik dengan kenyataan yang mana hal ini dijadikan alat membentuk citra diri.<sup>17</sup> Adanya hal tersebut menunjukkan realitas filantropi digital yang kompleks dan penuh tantangan, yang disebabkan oleh keterbatasan lembaga kecil, kampanye yang bergantung pada viralitas, serta motivasi donasi yang kadang lebih mengutamakan pencitraan daripada dampak sosial.

Berdasarkan fakta dan realitas yang ditunjukkan oleh Makhrus, Sauri, dan Triantoro tampak jelas bahwa praktik aktivisme filantropi digital menghadapi berbagai tantangan struktural dalam persepsi publik yang menghambat mereka dalam memperluas jangkauan distribusi dan

---

<sup>15</sup> Dara Nauria Sugianti et al., "Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Dana Sosial Oleh Tokoh Agama: Perspektif Etika Akuntansi," *Journal of Sharia Economics and Finance* 3, no. 1 (January 24, 2025): 1–14, <https://doi.org/10.34001/jsef.v3i1.1114>; Dita Santika et al., "Studi Eksploratif Tentang Akuntabilitas Crowdfunding Wakaf," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (November 14, 2023): 3445, <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9601>.

<sup>16</sup> Triantoro, Wahyuni, and Purna, "Digital Philanthropy: The Practice of Giving Among Middle to Upper-Class Muslim in Indonesia and Soft Capitalism"; Ryan Burns, "New Frontiers of Philanthro-capitalism: Digital Technologies and Humanitarianism," *Antipode* 51, no. 4 (September 15, 2019): 1101–22, <https://doi.org/10.1111/anti.12534>.

<sup>17</sup> Nur Alfa Fitriani et al., "The Use Of Social Media For Personal Branding Purpose," *Journal Acta Diurna* 20, no. 1 (July 2, 2024): 51, <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2024.20.1.8349>.

membangun kepercayaan dalam menjaga transparansi pengelolaan dana.<sup>18</sup> Oleh karena itu, perlu adanya pendekatan adaptif dan inovatif untuk mengatasi tantangan ini.<sup>19</sup> Dalam konteks ini, Gorontalo Baik Indonesia (GOROBA) menjadi contoh bagaimana komunitas lokal mampu menghadapi tantangan tersebut dengan memanfaatkan kekuatan *platform digital* seperti kitabisa dan instagram. GOROBA tidak hanya menggunakan *platform digital* sebagai sarana kampanye saja, tetapi juga sebagai tempat untuk membentuk identitas dan legitimasi mereka sebagai agen filantropi. Dengan mengandalkan narasi empatik dan visual yang kuat, mereka mampu menjangkau donatur lebih luas dan memperkuat jejaring hubungan sosial.<sup>20</sup> Ketertarikan terhadap praktik digital inilah yang telah mengantarkan saya untuk melakukan studi lebih mendalam mengenai bagaimana GOROBA memanfaatkan media digital untuk membangun kepercayaan publik dalam pengelolaan dana dan mendistribusikan layanan secara efektif. Atas dasar tersebut, studi ini hadir untuk mengeksplorasi peran akun kitabisa dan

---

<sup>18</sup> Supian Sauri, "Altruisme Masyarakat Indonesia Melalui Platform Crowdfunding Di Kitabisa.Com," *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies* 2, no. 1 (January 2, 2023): 273–80, <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i1.953>; M Makhrus, N. Al Ngizati Ngama Yasifah, and Istianah Istianah, "Peningkatan Literasi Digital Melalui Idebergerak.Com Sebagai Gerakan Filantropi Berbasis Komunitas," *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 1 (August 28, 2023): 9–21, <https://doi.org/10.61813/jlppm.v2i1.26>; Triantoro, Wahyuni, and Purna, "Digital Philanthropy: The Practice of Giving Among Middle to Upper-Class Muslim in Indonesia and Soft Capitalism."

<sup>19</sup> Melissa Arnold Lyon, Shani S. Bretas, and Douglas D. Ready, "Design Philanthropy: Challenges and Opportunities in the Evolution of Philanthropic Giving," *Educational Policy* 37, no. 3 (May 16, 2023): 731–68, <https://doi.org/10.1177/08959048211049426>.

<sup>20</sup> Alireza Jalali et al., "Data-Driven Fundraising: Strategic Plan for Medical Education," *JMIR Medical Education* 10 (July 22, 2024): e53624–e53624, <https://doi.org/10.2196/53624>; Hana - Hanifah, Santoso Tri Raharjo, and Agus Wahyudi Riana, "Membangun Kepercayaan Donatur Dengan Motif Emosi Dan Empati Serta Keteguhan Nilai Organisasi," *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 1 (August 6, 2019): 72, <https://doi.org/10.24198/jppm.v6i1.22784>.

instagram dalam membentuk identitas GOROBA, yang kemudian mendorong saya untuk menggali lebih dalam bagaimana bentuk dan praktik aktivisme yang dilakukan GOROBA.

Berdasarkan diskusi dan problem analisis yang disampaikan, praktik aktivisme filantropi digital dapat menghadapi berbagai tantangan struktural dan persepsi publik terutama dalam hal memperluas jangkauan distribusi.<sup>21</sup> Hal ini semakin kompleks ketika lembaga belum memiliki sistem kelembagaan yang kuat serta strategi komunikasi yang mampu membangun kepercayaan publik secara konsisten.<sup>22</sup> Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan adaptif dan inovatif yang tidak hanya memanfaatkan teknologi, tetapi juga memperkuat struktur organisasi dan legitimasi hukum lembaga.<sup>23</sup> Keberhasilan GOROBA menjadi contoh konkret bagaimana strategi digital dipadukan dengan penguatan kelembagaan dapat mendorong efektivitas program sosial. Melalui narasi empatik dan visualisasi yang terstruktur di *platform* seperti Kitabisa dan Instagram, mereka tidak hanya berhasil menjangkau lebih banyak donatur, tetapi juga mendapatkan legitimasi dari masyarakat luas.<sup>24</sup> Dengan pendekatan tersebut, GOROBA memiliki peluang lebih besar untuk menjalin kemitraan strategis dan mengakses

---

<sup>21</sup> Supian Sauri, "Altruisme Masyarakat Indonesia Melalui Platform Crowdfunding Di Kitabisa.Com"; Makhrus, Yasifah, and Istianah, "Peningkatan Literasi Digital Melalui Idebergerak.Com Sebagai Gerakan Filantropi Berbasis Komunitas."

<sup>22</sup> Vanessa Indama, "Digital Governance: Citizen Perceptions and Expectations of Online Public Services," *Interdisciplinary Studies in Society, Law, and Politics* 1, no. 2 (2022): 12–18, <https://doi.org/10.61838/kman.isslp.1.2.3>.

<sup>23</sup> Lyon, Bretas, and Ready, "Design Philanthropy: Challenges and Opportunities in the Evolution of Philanthropic Giving."

<sup>24</sup> Jalali et al., "Data-Driven Fundraising: Strategic Plan for Medical Education"; Hanifah, Raharjo, and Riana, "Membangun Kepercayaan Donatur Dengan Motif Emosi Dan Empati Serta Keteguhan Nilai Organisasi."

dukungan dari berbagai pihak, termasuk sesama lembaga filantropi ataupun dari sektor pemerintah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat rumusan masalah mengenai Aktivisme Filantropi Dalam Komunitas Gorontalo Baik Indonesia (Goroba) : Auto-Netnografi Akun Kitabisa Dan Instagram, sebagai berikut :

1. Apa peran akun Kitabisa dan Instagram dalam membentuk identitas dan legitimasi komunitas GOROBA sebagai agen filantropi?
2. Bagaimana bentuk dan praktik aktivisme filantropi yang dilakukan oleh komunitas GOROBA di *platform digital*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini dipetakan, menjadi dua yaitu. Pertama, menjelaskan peran akun Kitabisa dan Instagram dalam membentuk identitas dan legitimasi komunitas GOROBA sebagai agen filantropi. Kedua, memaparkan bentuk dan praktik aktivisme filantropi yang dilakukan oleh komunitas GOROBA di *platform digital*.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat penelitian. Pertama, secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan membawa manfaat akademis di bidang filantropi, dan studi media sosial, khususnya dalam konteks pembentukan identitas dan legitimasi komunitas melalui *platform digital*.

Kedua, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi GOROBA dalam memperkuat strategi digital mereka, serta bagi lembaga lainnya yang ingin mengembangkan praktik filantropi melalui media sosial secara efektif dan terpercaya.

#### E. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran peneliti dalam rentang waktu antara 2015-2025 terdapat beberapa kecenderungan dari topik “filantropi digital” yang dapat dipetakan sebagai landasan tinjauan pustaka. Pertama, peneliti dapat menghimpun beberapa studi mengenai filantropi digital sebagai topik yang cenderung fokus pada bagaimana perkembangan *platform* yang digunakan untuk berdonasi, yang mencakup pertumbuhan *platform*<sup>25</sup>, peran teknologi dalam sistem filantropi<sup>26</sup> dan pergeseran peran lembaga konvensional<sup>27</sup>. Hal tersebut disebabkan karena banyak studi yang menyoroti mengenai kemunculan situs seperti Kitabisa, tokopedia *charity*, dan *crowdfunding* yang berbasis aplikasi lainnya yang digunakan sebagai alternatif penggalangan dana konvensional<sup>28</sup>. Beberapa studi juga fokus pada peran teknologi dalam sistem filantropi<sup>29</sup>, seperti penggunaan fintech, sistem pembayaran digital (qris,e-wallet) dan fitur otomatisasi dalam mendukung

---

<sup>25</sup> Wut Viphanphong et al., “Merit Piggy Bank in the Digital Economy,” *Shanti Journal* 2, no. 1 (April 6, 2023): 1–9, <https://doi.org/10.3126/shantij.v2i1.53727>.

<sup>26</sup> Sapri Ali and Azzafa Nur Jadidah, “Peran Teknologi Dalam Optimalisasi Pengumpulan Dan Distribusi Zakat Dan Wakaf,” *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam* 10, no. 2 (October 10, 2024): 400–414, <https://doi.org/10.58401/faqih.v10i2.1495>.

<sup>27</sup> Rakhmawati, “Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Altruisme Tradisional-Karitas Menuju Filantropi Integratif.”

<sup>28</sup> Triantoro, Wahyuni, and Purna, “Digital Philanthropy: The Practice of Giving Among Middle to Upper-Class Muslim in Indonesia and Soft Capitalism.”

<sup>29</sup> Ali and Azzafa Nur Jadidah, “Peran Teknologi Dalam Optimalisasi Pengumpulan Dan Distribusi Zakat Dan Wakaf.”

efisiensi donasi.<sup>30</sup> Kemudian beberapa studi juga melihat bagaimana lembaga ZIS dan NGO yang harus menyesuaikan dengan budaya berdonasi dari offline ke *online* pada ekosistem *platform digital*<sup>31</sup>. Kecenderungan riset pada perkembangan *platform* donasi digital menunjukkan bagaimana teknologi menjadi pusat dari perubahan praktik filantropi, terutama dalam hal kecepatan distribusi, kemudahan transaksi, dan perluasan akses partisipasi publik melalui sistem daring.

Kedua, penelitian mengenai topik strategi komunikasi dalam kampanye filantropi digital juga menjadi perhatian banyak peneliti.<sup>32</sup> Mereka menelusuri bagaimana narasi visual, storytelling empatik, serta penggunaan algoritma media sosial seperti instagram dan tiktok, yang digunakan sebagai alat untuk membangun rasa kedekatan dan empati publik terhadap isu-isu sosial.<sup>33</sup> Penelitian-penelitian ini juga menegaskan

---

<sup>30</sup> Rasad Musfik R et al., “Inovasi Produk Filantropi Syariah: Analisis Potensi Dan Tantangan Di Era Digital,” *Jemba: Journal of Economics, Management, Business and Accounting* 1, no. 3 (December 2, 2023): 195–210, <https://doi.org/10.54783/jemba.v1i3.65>; Muhammad Syujai, “Transformasi Filantropi Digital Berbasis Aplikasi Fintech E-Money Dalam Perspektif Islam,” *Pusaka* 10, no. 1 (July 5, 2022), <https://doi.org/10.31969/pusaka.v10i1.670>.

<sup>31</sup> Risma Ayu Kinanti et al., “Optimalisasi Fundraising Zakat Pada Kerjasama Institusional Indonesia Melalui E-Commerce Pasca Pandemi Covid-19 PANDEMI COVID-19,” *Filantropi : Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf* 2, no. 1 (April 24, 2021): 20–37, <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v2i1.3290>; Frank Aligarh, Falikhathun Falikhathun, and Arif Nugroho, “Zakat, Infaq And Shadaqah (Zis) Digitalization: A Case Study Using Technology Organization Environment Framework,” *El Dinar: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 11, no. 1 (April 17, 2023): 78–95, <https://doi.org/10.18860/ed.v11i1.18916>.

<sup>32</sup> Widha Anistya Suwarso, “Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Oleh Organisasi Non Profit,” *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (January 31, 2020): 1–11, <https://doi.org/10.33822/v3i1.1357>; Sri Dewi Setiawati and Intan Primasari, “Pelatihan Komunikasi Pemasaran Digital Pada Lembaga Filantropi Infaq Beras Bandung,” *Prosiding Cosecant : Community Service and Engagement Seminar* 2, no. 2 (March 16, 2023), <https://doi.org/10.25124/cosecant.v2i2.18579>.

<sup>33</sup> Qonita Imania Assilah, “Strategi Digital Storytelling Pada Organisasi Crowdfunding Di Media Sosial Instagram @Lazisnubanyuwangi,” *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam* 14, no. 2 (April 5, 2023): 77–92, <https://doi.org/10.30739/darussalam.v14i2.1997>; Heru Wijayanto Aripardono, “Penerapan

pentingnya kekuatan visualisasi penderitaan dan emosi dalam membentuk respons donatur, khususnya generasi muda.<sup>34</sup> Sebagai contoh, Kitabisa.com memanfaatkan strategi komunikasi berbasis narasi personal, rekomendasi sosial, dan media digital interaktif untuk membangun kedekatan emosional, meningkatkan trust, serta memperluas jangkauan kampanye donasi secara efektif.<sup>35</sup>

Ketiga, topik kajian mengenai perilaku dan motivasi donatur digital yang juga menunjukkan peningkatan.<sup>36</sup> Kajian ini fokus pada faktor-faktor psikologis, sosial, dan spiritual yang mendorong masyarakat untuk berdonasi secara *online*.<sup>37</sup> Faktor faktor tersebut mencakup pengaruh lingkungan, keterlibatan emosional, dan kepercayaan terhadap lembaga atau individu penggalang dana. Beberapa peneliti juga mengkaji kecenderungan masyarakat memilih *platform* dan jenis kampanye tertentu

---

Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram,” *Teknika* 9, no. 2 (November 4, 2020): 121–28, <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>.

<sup>34</sup> Desi Tri Kurniawati, Nadiyah Hirfiyana Rosita, and Rila Anggraeni, “The Role of Emotional Marketing and UTAUT on Donation Intention through Social Media,” *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478) 10, no. 1 (February 11, 2021): 38–46, <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i1.1026>; SuJin Bak et al., “Charitable Crowdfunding Donation-Intention Estimation Depending on Emotional Project Images Using FNIRS-Based Functional Connectivity,” ed. Holger A. Rau, *Plos One* 19, no. 5 (May 8, 2024): e0303144, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0303144>.

<sup>35</sup> Wa Ode Asmawati and Anggi Ramdani, “Strategi Fundraising Crowdfunding Untuk Pengembangan Filantropi Sosial Di Indonesia (Study Kasus Kitabisa.Com),” *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 3, no. 1 (June 15, 2022): 1–8, <https://doi.org/10.24853/kais.3.1.1-8>.

<sup>36</sup> Firdan Thoriq Faza and Astiwi Indriani, “Dynamics of Muslim Millennials in Charity Donation: A Donor-Side Perspective,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 9, no. 3 (May 31, 2022): 352–61, <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp352-361>; Salsa Dinda Sulisdika, Teuku Muhammad Syahrizal, and Eka Nurlina, “Determinan Intensi Perilaku Muslim Kota Banda Aceh Berdonasi Melalui Digital Payment,” *At-Tasyri’: Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, June 27, 2022, 87–99, <https://doi.org/10.47498/tasyri.v14i1.1096>.

<sup>37</sup> Imam Abdul Aziz, Nurwahidin Nurwahidin, and Irwan Chailis, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online,” *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 1 (July 5, 2019), <https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1835>.

berdasarkan faktor kemudahan, kecepatan, dan kredibilitas.<sup>38</sup> Sebagai contoh, penelitian pada pengguna Kitabisa menunjukkan bahwa perilaku donasi digital dipengaruhi secara signifikan oleh motivasi individu, dengan faktor lingkungan sosial sebagai pendorong utama peningkatan partisipasi donatur.<sup>39</sup>

Keempat, banyak topik kajian yang membahas mengenai legitimasi dan transparansi dalam filantropi digital dan menjadi bagian penting dalam diskursus akademik.<sup>40</sup> Penelitian-penelitian dalam bidang ini banyak menyoroti bagaimana pelaku filantropi membangun kepercayaan publik melalui dokumentasi distribusi bantuan, laporan dana secara daring, dan interaksi aktif dengan audiens di media sosial.<sup>41</sup> Beberapa penelitian juga membahas mengenai tantangan terhadap akuntabilitas, terutama dalam konteks kampanye digital yang tidak terverifikasi atau kampanye fiktif yang berpotensi merusak kepercayaan masyarakat.<sup>42</sup> Skripsi dan jurnal yang membahas kajian seperti ini banyak menyoroti aspek akuntabilitas lembaga,

---

<sup>38</sup> Gofarna Sayagiri, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keberhasilan Crowdfunding Melalui Kitabisa.Com," January 21, 2021, <https://doi.org/10.31219/osf.io/85frg>.

<sup>39</sup> Raras Risia Yogasnumurti Imas Permatasari, Heni Yuvita, Ulfah Muharramah, "Peran Motivasi Individu Terhadap Perilaku Donasi Pada Platform Kitabisa The Effect Of Motivation Towards Donating Behavior At Kitabisa Platform," *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis* Vol. 4, no. No. 1 (2023): 56–65, <https://doi.org/https://10.0.20.161/zenodo.10378592>.

<sup>40</sup> Andian Bramlie et al., "Pengembangan Website Pendanaan Bersama Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Transparansi Dalam Kegiatan Kemanusiaan," *Jurnal SIFO Mikroskil* 25, no. 2 (October 31, 2024): 55–70, <https://doi.org/10.55601/jsm.v25i2.1371>.

<sup>41</sup> Citra Safira, Rr B. Natalia Pujiastuti, and Sri Syamsiyah Lestari S, "Manajemen Komunikasi Ormas Lindu Aji Melalui Media Sosial Dalam Membangun Public Trust," *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (January 15, 2023): 26–43, <https://doi.org/10.35508/jikom.v12i1.8114>.

<sup>42</sup> Oda Kinata Banurea, "Efektivitas Pengawasan Kampanye Berbasis Digital," *Mediation: Journal Of Law*, June 3, 2023, 59–77, <https://doi.org/10.51178/mjol.v2i1.1356>.

kepercayaan publik, pelaporan keuangan, serta keterbukaan informasi dalam distribusi dana dan program sosial.<sup>43</sup>

Kelima, kajian tentang aktivisme sosial dalam konteks filantropi digital juga berkembang pesat.<sup>44</sup> Penelitian-penelitian ini menyoroti keterlibatan komunitas relawan daring, serta partisipasi publik melalui interaksi digital seperti *like*, *share*, dan *repost* yang dianggap sebagai bentuk solidaritas baru.<sup>45</sup> Ada kajian yang juga menyoroti munculnya pola baru solidaritas yang berbasis pada konektivitas dan respons instan, bukan lagi keterikatan sosial yang bersifat fisik atau institusional.<sup>46</sup>

Keenam, dalam beberapa tahun terakhir kajian tentang netnografi mulai muncul sebagai pendekatan untuk memahami praktik filantropi digital secara lebih mendalam.<sup>47</sup> Pendekatan ini digunakan oleh peneliti

---

<sup>43</sup> Yunika Debora Galinggng and Nyoman Ari Surya Darmawan, "Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Terhadap Public Trust," *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha* 14, no. 03 (October 2, 2023): 559–70, <https://doi.org/10.23887/jimat.v14i03.61616>; Nur Asia Usman Betan and Paskah Ika Nugroho, "Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Dana Desa," *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora* 5, no. 1 (June 13, 2021): 133–39, <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33246>.

<sup>44</sup> Aisyah Ayu Anggraeni Hidayat, "Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa.Com)" (Universitas Airlangga, 2019), <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/87205>.

<sup>45</sup> Difa Nuresa, "Ketika Like Dan Share Menjadi Mata Uang Sosial Di Era Digital," *Journal of Mandalika Social Science* 3, no. 1 (April 24, 2025): 29–39, <https://doi.org/10.59613/jomss.v3i1.258>; Annabela Assyfa Wibowo, "Altruisme Dalam Membangun Solidaritas Sosial Komunitas Relawan," *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education* 10, no. 1 (June 30, 2023): 31–40, <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.450>.

<sup>46</sup> Kristianto Kristianto, Abdul Basith Ramadhan, and Fernandito Dikky Marsetyo, "Media Sosial Dan Connective Action: Studi Kasus Penggunaan Twitter Sebagai Ruang Solidaritas Selama Pandemi COVID-19," *Journal of Social Development Studies* 2, no. 1 (June 11, 2021): 1–13, <https://doi.org/10.22146/jsds.1037>.

<sup>47</sup> Moh Rifaldi Akbar, "Kemudahan Atau Kapitalisme Berkedok Amal? Kajian Netnografi Pada Website Amal Kitabisa.Com," *Jurnal Komunikasi* 10, no. 2 (September 3, 2019): 108–18, <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.5696>; Alam Mahadika and Viqri Rahmad Satria, "Gerakan Filantropi Di Masa Pandemi: Studi Netnografi Hilal Merah Indonesia Sayap Juang Front Persaudaraan Islam (FPI)," *Brawijaya Journal of Social Science* 1, no. 02 (June 28, 2022): 17–39, <https://doi.org/10.21776/ub.bjss.2022.001.02.2>.

untuk menelusuri bagaimana komunitas filantropi membentuk identitas, solidaritas, dan makna kolektif melalui aktivitas digital.<sup>48</sup> Penelusuran ini turut merekam dinamika sosial yang tercermin dalam pola komunikasi, bentuk partisipasi, serta narasi kampanye sosial di *platform digital*.<sup>49</sup> Misalnya, studi yang mengamati bagaimana interaksi digital antara pengelola kampanye dan donatur membentuk ruang bersama yang menegosiasikan makna kepedulian, kedaruratan, dan keikhlasan dalam konteks filantropi kontemporer.<sup>50</sup>

Berdasarkan kajian literatur yang telah dijelaskan dengan detail, keseluruhan literatur tersebut menyoroti berbagai aspek mengenai filantropi digital mulai dari perkembangan *platform* yang digunakan untuk berdonasi, peran media sosial dalam membangun legitimasi lembaga amal hingga pemahaman praktik filantropi dengan pendekatan netnografi. Banyak juga penelitian yang menunjukkan pentingnya transparansi dan interaksi emosional dalam menciptakan kepercayaan publik. Namun, studi yang menggali pengalaman langsung pelaku filantropi digital masih terbatas. Dengan demikian, skripsi ini yang berjudul “Aktivisme Filantropi Dalam Komunitas Gorontalo Baik Indonesia (GOROBA) : Auto-Netnografi Akun

---

<sup>48</sup> Mahadika and Satria, “Gerakan Filantropi Di Masa Pandemi: Studi Netnografi Hilal Merah Indonesia Sayap Juang Front Persaudaraan Islam (FPI).”

<sup>49</sup> Rofiah Rofiah et al., “Pola Jaringan Komunikasi Pada Partisipasi Politik Akar Rumput (Studi Netnografi Media Sosial Twitter Pada Aksi Bela Islam),” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 25, no. 1 (June 19, 2021): 17, <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3430>; Wahyuddin et al., “Pemetaan Aktivisme Digital Studi Netnografi Kampanye #FreePalestine Di Media Sosial,” *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 2 (March 7, 2025): 282–99, <https://doi.org/10.21009/COMM.033.07>.

<sup>50</sup> Fahmi Ali Hudaefi and Irfan Syauqi Beik, “Digital Zakāh Campaign in Time of Covid-19 Pandemic in Indonesia: A Netnographic Study,” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 3 (May 13, 2021): 498–517, <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0299>.

Kitabisa dan Instagram” berupaya menawarkan perspektif reflektif. Studi ini mencoba melihat lebih dalam bagaimana identitas kolektif, praktik distribusi, serta makna kepedulian dibangun dan dimaknai ulang dalam interaksi daring, sekaligus menegaskan posisi lembaga filantropi sebagai agen perubahan sosial yang relevan di era digital.

#### **F. Kajian Teori**

Transformasi dalam lembaga merujuk pada perubahan menyeluruh dan mendasar dalam cara kerja, nilai, dan orientasi strategis suatu organisasi. Dalam konteks lembaga amal, transformasi menandai pergeseran dari pola filantropi tradisional menuju pendekatan pelayanan sosial yang lebih sistematis dan kolaboratif.<sup>51</sup> Lembaga amal tidak lagi hanya mengandalkan donasi langsung dan kegiatan sukarela konvensional, tetapi mulai membangun sistem kerja yang terstruktur, berkelanjutan, dan terhubung dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk sektor swasta, pemerintah, dan masyarakat sipil.<sup>52</sup>

Di tengah mediatisasi dan digitalisasi kehidupan sosial, muncul praktik filantropi digital, yakni pemanfaatan teknologi dan media digital dalam membangun solidaritas sosial, menggalang dana, serta

---

<sup>51</sup> Rakhmawati, “Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Altruisme Tradisional-Karitas Menuju Filantropi Integratif”; Ali Nurdin, “Transformasi Dompot Dhuafa Dari Lembaga Amil Zakat Menjadi Lembaga Sosial-Kemanusiaan,” *Buletin Al-Turas* 19, no. 2 (January 23, 2018): 345–68, <https://doi.org/10.15408/bat.v19i2.3725>.

<sup>52</sup> Meita Rizki Rahmalia and Machdum Sari Viciawati, “Membangun Hubungan Pada Proses Fundraising Di Lembaga Amil Zakat,” *Sosio Informa* 6, no. 1 (April 1, 2020), <https://doi.org/10.33007/inf.v6i1.1970>; Zaenal Abidin, “Paradoks Dan Sinjutas (Sinergi-Keberlanjutan-Ketuntasan) Gerakan Filantropi Di Indonesia,” *Share : Social Work Journal* 6, no. 2 (December 24, 2016): 183, <https://doi.org/10.24198/share.v6i2.13201>.

mendistribusikan bantuan.<sup>53</sup> *Platform digital* memungkinkan lembaga amal menjangkau audiens yang lebih luas, membangun kepercayaan publik, dan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Lebih dari sekedar media promosi, teknologi digital turut membentuk cara masyarakat memahami, merespons, dan terlibat dalam aksi-aksi kepedulian sosial.<sup>54</sup> Dengan kata lain, filantropi digital bukan hanya cara baru dalam beramal, tapi juga bentuk baru dari aktivisme sosial berbasis jaringan.<sup>55</sup>

Diskusi terkait perubahan lembaga amal digital menyoroti berbagai perubahan strategis, etis, dan kultural yang muncul dalam peralihan dari praktik amal konvensional menuju pendekatan filantropi digital. Dalam konteks ini, muncul sejumlah diskursus yang menunjukkan ketegangan antara nilai lama dan tuntutan baru yang dibawa oleh kemajuan teknologi serta ekspektasi masyarakat. Pertama, pergeseran dari filantropi tradisional menuju *digital charity*.<sup>56</sup> Perubahan ini bukan sekedar peralihan sistem cara kerja, tetapi juga menyangkut cara menyampaikan empati, dan cara menjalin hubungan dengan publik. *Platform digital* memungkinkan kampanye donasi tersebar lebih cepat, transparan, dan terdokumentasi

---

<sup>53</sup> Eni Maryani, "Developing Social Solidarity through Digital Media," *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 3, no. 1 (June 11, 2018): 12–17, <https://doi.org/10.25008/jkiski.v3i1.144>; Hidayat, "Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa.Com)."

<sup>54</sup> Agung Kusuma Wardana et al., "Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Era Digital: Peran Teknologi Dan Respons Masyarakat," *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan* 14, no. 11 (May 17, 2024), <https://doi.org/10.59188/covalue.v14i11.4326>.

<sup>55</sup> Syujai, "Transformasi Filantropi Digital Berbasis Aplikasi Fintech E-Money Dalam Perspektif Islam."

<sup>56</sup> Ansar Sahabi and Luqmanul Hakiem Ajuna, "Transformasi Filantropi Islam Sebagai Model Pemberdayaan Zakat, Infak, Sedekah, Dan Wakaf (ZISWAF)," *ASY SYAR'ITYAH: JURNAL ILMU SYARI'AH DAN PERBANKAN ISLAM* 7, no. 2 (December 1, 2022): 233–52, <https://doi.org/10.32923/asy.v7i2.2770>.

secara sistematis.<sup>57</sup> Namun, ada kekhawatiran bahwa kemudahan ini juga berisiko memunculkan praktik filantropi transaksional, dangkal secara emosional, dan hanya terfokus pada performativitas sosial.<sup>58</sup>

Kedua, perdebatan mengenai otentisitas, transparansi, dan kepercayaan.<sup>59</sup> Dunia digital mempermudah publik untuk menelusuri alur dana dan proses distribusi bantuan secara terbuka, sehingga meningkatkan akuntabilitas. Namun, muncul juga kritik bahwa kepercayaan tidak lagi dibangun dari hubungan personal jangka panjang, melainkan dari representasi media dan impresi visual.<sup>60</sup> Hal ini menimbulkan dilema mengenai apakah transparansi data cukup untuk membangun kepercayaan, atau masih di perlukan kedekatan emosional yang kini sulit dijaga dalam ruang digital.<sup>61</sup>

---

<sup>57</sup> Fera Tri Susilawaty et al., “Komparasi Analisis Media Siber Pada Platform Donasi Digital: Biruberbagi.Id, Campaign.Com, Dan Ayobantu.Com,” *CARAKA : Indonesia Journal of Communication* 5, no. 1 (June 30, 2024): 1–13, <https://doi.org/10.25008/caraka.v5i1.98>; Hidayat, “Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa.Com).”

<sup>58</sup> Muhammad Aiz, “Studi Lembaga Filantropi Media Massa,” *MISYKAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah Dan Tarbiyah* 5, no. 1 (June 30, 2020): 165, <https://doi.org/10.33511/misykat.v5n1.165-183>; Hidayat, “Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa.Com).”

<sup>59</sup> Abidin, “Paradoks Dan Sinjutas (Sinergi-Keberlanjutan-Ketuntasan) Gerakan Filantropi Di Indonesia”; Malikha Cinta Meilany et al., “Analisis Peluang Serta Tantangan Pada Digitalisasi Manajemen Terhadap Filantropi Dakwah Di Era Modern.”

<sup>60</sup> Tiara Inditarizki Shaffina et al., “Pengaruh Transparansi Terhadap Kepercayaan Dalam Berinfak Menggunakan Dompot Digital,” *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, December 29, 2024, 153–60, <https://doi.org/10.29313/jres.v4i2.4354>; Emi Kusmaeni and Nenny Syahrenny, “Apakah Akuntabilitas, Transparansi Dan Pengendalian Internal Laporan Keuangan Mempengaruhi Kepercayaan Donatur Yayasan Sosial?,” *Akurasi : Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan* 7, no. 1 (June 24, 2024): 203–18, <https://doi.org/10.29303/akurasi.v7i1.510>.

<sup>61</sup> Agung Dharmajaya and Harmonis Minangkabawi, “Membangun Kepercayaan Yang Berkelanjutan Di Era Disruptif Komunikasi: Perspektif Media Dan Komunikasi Digital,” *Jurnal Komunikasi* 18, no. 2 (April 30, 2024): 265–80, <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss2.art9>; Luthfiyyah Khaira Zahra et al., “Literatur Review: Transparansi Dalam Laporan Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Pemangku Kepentingan,” *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 5, no. 2 (November 6, 2024): 479–89, <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i2.2364>.

Ketiga, teknologi sebagai mediasi nilai dan norma baru.<sup>62</sup> Kehadiran media digital tidak hanya mempercepat proses kerja lembaga amal, tetapi juga menjadi arena baru untuk memproduksi dan memperdebatkan nilai-nilai sosial seperti keadilan, empati, dan kepedulian.<sup>63</sup> Lembaga amal kini tidak hanya dilihat dari capaian programnya, tapi juga dari bagaimana mereka mempresentasikan diri di media sosial, bagaimana mereka berinteraksi dengan donatur, dan bagaimana mereka menarasikan penderitaan maupun harapan. Ini menempatkan filantropi digital dalam posisi yang campur aduk antara sebagai alat pemberdayaan atau sebagai ruang kapitalisasi emosi.<sup>64</sup>

Berbagai diskusi ini menunjukkan bahwa transformasi digital lembaga amal tidak hanya menyangkut perubahan teknis, tetapi juga menyentuh wilayah simbolik dan relasional. Adaptasi teknologi membawa peluang untuk memperluas dampak, namun juga memunculkan tantangan baru terkait makna keaslian, kedekatan emosional, serta tanggung jawab sosial dalam ekosistem filantropi yang semakin terbuka dan cepat. Dengan demikian, lembaga filantropi digital dihadapkan pada keharusan untuk tidak

---

<sup>62</sup> Asnidar, Mansur, and Afdal, "Peranan Dakwah Dalam Media Teknologi Dan Pengaruhnya Di Masyarakat," *Jurnal Kolaboratif Sains* 5, no. 11 (November 16, 2022): 767–71, <https://doi.org/10.56338/jks.v5i11.2976>.

<sup>63</sup> Nurul Hidayat, "Narasi Kebangsaan Di Era Media Sosial: Relevansi Pancasila Dalam Ekosistem Digital," *PACIVIC: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan* 5, no. 1 (April 28, 2025): 105–18, <https://doi.org/10.36456/p.v5i1.10183>; Nurul Hidayatul Ummah, "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (June 27, 2023), <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

<sup>64</sup> Syujai, "Transformasi Filantropi Digital Berbasis Aplikasi Fintech E-Money Dalam Perspektif Islam"; Krisnaldo Triguswinri and Teuku Afrizal, "Eksklusi Sosial Dalam Kapital Digital Dan Kebijakan Virtual (Studi Filantropi Platform KitaBisa.Com)," *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 7, no. 3 (August 25, 2021): 303, <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i3.394>.

hanya efisien dan transparan, tetapi juga tetap berakar pada nilai-nilai solidaritas yang bermakna.

Landasan teori digunakan sebagai dasar analisis terhadap fokus kajian penelitian. Maka cara berpikir dan analisis harus sesuai dengan konsep dan teori yang digunakan. Saya menggunakan teori *mediatization* dari Stig Hjarvard<sup>65</sup> sebagai acuan dalam memahami bentuk dan dinamika aktivisme digital GOROBA dalam praktik filantropi. Media dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai agen sosial yang membentuk cara berpikir, norma, dan struktur tindakan dalam aktivitas filantropi digital.<sup>66</sup> Oleh karena itu, teori *mediatization* dipandang relevan untuk menjelaskan bagaimana GOROBA membangun identitas, legitimasi, serta pola distribusi dan komunikasi amal melalui *platform digital* seperti Kitabisa dan Instagram.

Teori *mediatization* dikembangkan oleh Stig Hjarvard sebagai cara untuk memahami bagaimana media tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi telah membentuk logika, norma, bahkan fungsi sosial dalam kehidupan masyarakat modern.<sup>67</sup> Dalam pendekatannya, Hjarvard menjelaskan bahwa media telah menjadi lembaga sosial yang otonom, yang bekerja tidak lagi hanya menyampaikan pesan dari institusi lain, tetapi menciptakan sistem dan aturan mainnya sendiri. Dalam konteks ini, media dipahami bukan sebagai entitas netral, melainkan sebagai agen yang

---

<sup>65</sup> S. Hjarvard, *The Mediatization of Culture* (Oxford, UK: Routledge, 2011).

<sup>66</sup> Hjarvard.

<sup>67</sup> Hjarvard.

memiliki logika khusus (*media logic*) yang memengaruhi cara berpikir, berperilaku, serta membingkai realitas sosial, termasuk dalam praktik keagamaan dan filantropi.

Media sebagai agen otonom merujuk pada kemampuannya membentuk dan mengarahkan tindakan sosial tanpa selalu bergantung pada institusi tradisional. Dalam kerangka ini, media memiliki peran menggantikan fungsi institusi sosial lama (seperti masjid, komunitas luring, atau pesantren) dalam menyampaikan nilai-nilai agama dan solidaritas sosial.<sup>68</sup> Media seperti Kitabisa atau Instagram hadir dengan sistem teknologis, algoritma, dan logika komunikasinya sendiri, yang mengharuskan lembaga amal menyesuaikan strategi narasi dan representasi mereka agar dapat diterima publik dalam membangun kepercayaan.

Hjarvard menguraikan tiga indikator utama dari proses *mediatization*.<sup>69</sup> Pertama, media sebagai institusi yang mengatur dirinya sendiri (*institutionalized media*), di mana *platform digital* seperti Kitabisa beroperasi dengan algoritma dan kebijakan internal yang membentuk interaksi publik. Kedua, media menggantikan peran institusi sosial lama (*substitution*), seperti peran-peran yang sebelumnya dilakukan majelis taklim, komunitas lokal, atau otoritas agama, kini diambil alih oleh *platform digital*. Ketiga, media menciptakan logika baru dalam komunikasi dan

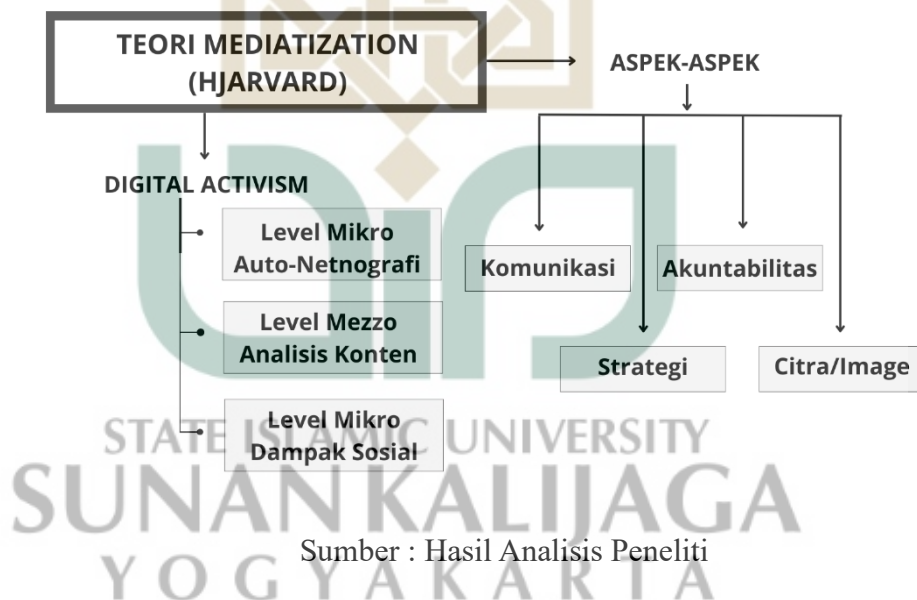
---

<sup>68</sup> Tsulis Amiruddin Zahri, Putri Handayani Lubis, and Syaifuddin Ahrom, "Relasi Pemuda Islam Dan Media Sosial Dalam Membangun Solidaritas Sosial," *Jurnal Literasiologi* 1, no. 2 (July 8, 2019): 13, <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v1i2.30>; Juniarti Iryani and Nurwahid Syam, "Peran Media Sosial Dalam Menyebarkan Pesan Agama Dan Perubahan Sosial," *PUSAKA* 11, no. 2 (November 5, 2023): 359–72, <https://doi.org/10.31969/pusaka.v11i2.1242>.

<sup>69</sup> Hjarvard, *The Mediatization of Culture*.

tindakan sosial (*media logic*), yang tercermin melalui penggunaan konten visual, narasi kisah menyentuh, dan strategi interaksi daring sebagai pendekatan untuk menumbuhkan empati dan partisipasi publik. Teori *mediatization* ini akan digunakan untuk membaca bagaimana komunitas GOROA membangun identitas, strategi komunikasi, dan distribusi bantuan melalui media digital. Teori ini menjadi dasar dalam menafsirkan transformasi praktik filantropi ke dalam ranah aktivisme digital.

Gambar 1. 1 Kerangka Teori



Sumber : Hasil Analisis Peneliti

Dampak dari *mediatization* dapat dikenali melalui beberapa aspek utama praktik fikanthropi digital. Pertama, transformasi komunikasi dalam praktik filantropi semakin di pengaruh oleh *mediatization*, terutama dalam

konteks digitalisasi dan globalisasi media.<sup>70</sup> Komunikasi yang dulunya bersifat lokal dan langsung kini bergerak melalui *platform digital* seperti media sosial dan situs penggalangan dana daring. Hal ini memungkinkan lembaga atau komunitas filantropi menjangkau audiens yang lebih luas, tanpa terbatas ruang fisik. Selain mempercepat penyebaran informasi, digitalisasi komunikasi juga membuka ruang partisipasi yang lebih terbuka untuk menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan logika media yang cenderung mengutamakan kecepatan, visualitas, dan *engagement*.<sup>71</sup>

Kedua, strategi pengelolaan kampanye filantropi bergeser dari pendekatan naratif biasa menjadi pendekatan visual dan emosional yang mengikuti logika media digital.<sup>72</sup> Daya tarik kampanye sering dibangun melalui konten yang dramatis, menyentuh, atau viral agar sesuai dengan algoritma media sosial.<sup>73</sup> Strategi seperti kolaborasi dengan *influencer*, *storytelling* visual, hingga penggunaan fitur-fitur media digital menjadi bagian penting dalam memaksimalkan atensi dan kontribusi publik.

---

<sup>70</sup> Zaki Arrazaq, "Filantropi Pendidikan Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Era Transformasi Digital Di Indonesia," *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia* 3, no. 3 (September 30, 2023): 505–22, <https://doi.org/10.14421/njpi.2023.v3i3-9>.

<sup>71</sup> Puji Rianto, "Media Baru, Visi Khalayak Aktif Dan Urgensi Literasi Media," *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 1, no. 2 (December 11, 2016): 90, <https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i2.54>; Asyifa Khumaira Nurhamdani, Jessica Caroline Charis, and Fenika Gabriella, "Exploring The Openness Of Participatory Space: Case Studies From Contemporary Indonesia," *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 4, no. 2 (June 6, 2024): 444–49, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1694>.

<sup>72</sup> Ulfa Junidar, "Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam," *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam* 2, no. 2 (November 10, 2020): 190–218, <https://doi.org/10.22373/tadabbur.v2i2.14>.

<sup>73</sup> Herman Purba and Edo Rinaldo, "Realitas Dan Viralitas: Dinamika Dan Isu Dalam Era Media Baru Di Indonesia," *Kinesik* 11, no. 3 (December 8, 2024): 283–99, <https://doi.org/10.22487/ejk.v11i3.1213>.

Ketiga, akuntabilitas menjadi aspek penting dalam praktik filantropi digital, terutama karena publik menuntut transparansi atas dana yang dihimpun secara daring.<sup>74</sup> *Mediatization* mendorong lembaga filantropi untuk menyediakan laporan pertanggungjawaban secara *real-time* melalui media sosial, situs resmi, maupun *platform* penggalangan dana. Bentuk-bentuk akuntabilitas ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga membentuk norma baru dalam manajemen dana sosial berbasis digital. Seperti misalnya laporan yang tidak lagi berbentuk narasi panjang, tetapi dalam bentuk infografi, video distribusi, atau testimoni langsung dari penerima manfaat.<sup>75</sup>

Keempat, citra lembaga filantropi yang kini banyak dibentuk melalui konstruksi digital yang bersifat visual dan performatif.<sup>76</sup> *Mediatization* membuat citra bukan sekedar hasil kerja sosial yang nyata, tetapi juga tentang bagaimana kerja sosial itu ditampilkan di ruang publik digital. Oleh karena itu, banyak komunitas sosial yang secara aktif mengelola penampilan media mereka untuk membangun legitimasi sebagai agen filantropi. Foto kegiatan, desain narasi bantuan, hingga tampilan

---

<sup>74</sup> Hidayat, "Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa.Com)."

<sup>75</sup> Dion Eko Valentino, "Penyajian Informasi Dan Data Dalam Bentuk Infografis," *Tematik* 6, no. 1 (June 29, 2019): 1–19, <https://doi.org/10.38204/tematik.v6i1.184>.

<sup>76</sup> Hidayat, "Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa.Com)"; Nuril Miladi and Ririn Noviyanti, "Konfigurasi Filantropi Islam Era Digital: Studi Peran Sedekah Pada Aplikasi Media Sosial Youtube," *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (October 28, 2022): 51–63, <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v6i2.29866>.

branding di *platform* seperti Instagram dan Kitabisa menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan publik secara simbolik dan berkelanjutan.<sup>77</sup>

Aspek-aspek tersebut menunjukkan bahwa *mediatization* memengaruhi praktik aktivisme filantropi secara nyata. Meski tidak seragam. Pengaruhnya bergerak bertingkat, dari individu hingga struktur sosial. Karena itu penting memahami dampaknya pada tiga level, yaitu level mikro, level mezzo, dan level makro. Pertama, pada level mikro, *mediatization* terlihat dalam pola komunikasi dan praktik keseharian relawan atau pengelola komunitas filantropi. Dalam pendekatan auto-netnografi, peneliti mencermati bagaimana narasi-narasi yang disusun dalam unggahan digital, baik dari segi waktu publikasi, pilihan visual, maupun gaya tutur, menunjukkan adanya adaptasi terhadap logika media.<sup>78</sup> Meskipun tidak terlibat langsung, peneliti mengalami keterhubungan emosional terhadap konten-konten tersebut, yang mencerminkan bagaimana kerja filantropi kini menuntut sensitivitas terhadap estetika digital, kecepatan respons, dan kedekatan naratif dengan *audiens daring*.<sup>79</sup>

---

<sup>77</sup> Stefan Adam, Ivan Noviyanto, and Andy Agus Prasetyo, "Pembentukan Opini Publik Program Bantuan Sosial COVID-19 Pemprov DKI Jakarta Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Framing Pada Akun Instagram @dkijakarta)," *Jurnal Health Sains* 2, no. 1 (January 23, 2021): 145–61, <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i1.173>; Hidayat, "Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa.Com)."

<sup>78</sup> Andia Elfika Priselie and Sinta Paramita, "Strategi Komunikasi Digital Influencer Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram Sebagai Media Fundraising," *Prologia* 6, no. 1 (March 2, 2022): 163, <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10375>.

<sup>79</sup> Muhamad Fauzan et al., "Media Sebagai Agen Perubahan Komunitas Di Era Teknologi Digital," *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital* 2, no. 4 (June 25, 2025): 15, <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4369>.

Kedua, pada tingkat mezzo, perubahan pola terlihat dalam cara lembaga mengatur distribusi kerja, kampanye, dan kolaborasi dengan aktor eksternal seperti *influencer* atau media lokal. *Mediatization* menuntut adanya peran baru dalam struktur organisasi, seperti admin media sosial, editor konten, atau pengelola hubungan digital. Strategi kampanye filantropi juga makin terstruktur mengikuti tren viral dan momen-momen keagamaan.<sup>80</sup> Level mezzo ini menunjukkan bagaimana adaptasi terhadap logika media memengaruhi cara komunitas membentuk sistem kerja internal yang lebih fleksibel dan responsif terhadap ekspektasi publik daring.<sup>81</sup>

Ketiga, pada tingkat makro, *mediatization* menciptakan peluang dan tantangan baru bagi filantropi. Kampanye digital yang viral melalui publik figur atau *influencer* dapat meningkatkan jangkauan dan donasi secara masif.<sup>82</sup> Namun disisi lain, muncul tantangan etis seperti komodifikasi narasi penderitaan atau tekanan untuk mempertahankan performa citra secara konstan di media.<sup>83</sup> Dalam konteks ini, *mediatization* berperan bukan hanya sebagai saluran komunikasi, tetapi sebagai kekuatan struktural

---

<sup>80</sup> Iryani and Syam, "Peran Media Sosial Dalam Menyebarkan Pesan Agama Dan Perubahan Sosial."

<sup>81</sup> Dwi Putri Sulistiya Ningsih et al., "Komunitas Daring Literasi Kesehatan Indonesia (LEKSIA) Sebagai Sarana Tular Nalar Di Masa Pandemi COVID-19," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 20, no. 2 (August 31, 2022): 134, <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.6338>; Mega Mutia Maeskina and Dasrun Hidayat, "Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital," *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (January 12, 2022): 20–30, <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>.

<sup>82</sup> Sri Desti Purwatiningsih, "Marketing Digital Campaign Dalam Membangun Startup Melalui Influencer Pada Masa Pandemi Covid-19," *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (July 30, 2021): 146–56, <https://doi.org/10.33822/jep.v4i2.2905>.

<sup>83</sup> Dina Marlina and Muhammad Ihsan Syahputra, "Etika Komunikasi Dalam Penyiaran Konten Selebritis Di Program Insert Trans TV Di Era Digital," *Jurnal Penelitian Inovatif* 4, no. 1 (February 5, 2024): 29–40, <https://doi.org/10.54082/jupin.256>.

yang membentuk ulang sistem nilai dan posisi komunitas filantropi dalam ekosistem sosial digital yang lebih luas.<sup>84</sup>

## G. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan auto-netnografi. Pendekatan auto-netnografi merupakan gabungan antara auto-etnografi dan netnografi, yang digunakan untuk memahami pengalaman pribadi peneliti saat ikut terlibat dalam aktivitas daring atau komunitas digital yang menjadi objek penelitian. Menurut Tony E. Adams, Stacy Holman Jones, Dan Crolyn Ellis, auto-etnografi adalah metode yang menggabungkan pengalaman pribadi dengan konteks sosial dan budaya yang lebih luas. Sementara itu, netnografi menurut Robert Kozinets adalah metode untuk meneliti perilaku dan budaya di ruang digital atau media sosial. Dengan demikian, auto-netnografi merupakan bentuk dari auto-etnografi yang selalu berkaitan dengan pengalaman diri dan hubungannya dengan orang lain (pengguna), interaksi, dan budaya masyarakatnya sendiri (dalam hal ini komunitas online).<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Rakhmawati, "Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Altruisme Tradisional-Karitas Menuju Filantropi Integratif"; Natasha Constantin et al., "Religious Transformation in Digital Era: Mediatization Impact on Religious Practice," *Eduvest - Journal of Universal Studies* 4, no. 10 (October 20, 2024): 8977–89, <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i10.1313>.

<sup>85</sup> Dino Villegas, "From the Self to the Screen: A Journey Guide for Auto-Netnography in Online Communities," *Journal of Marketing Management* 34, no. 3–4 (February 12, 2018): 243–62, <https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1443970>.

Auto-netnografi yang merupakan gabungan dari dua pendekatan tersebut memberi ruang bagi saya untuk menyelami pengalaman pribadi saat menjadi bagian dari aktivitas digital Yayasan Gorontalo Baik Indonesia, khususnya dalam praktik filantropi digital melalui *platform* Instagram dan Kitabisa. Saya tidak hanya mengamati aktivitas daring, tetapi juga mengalami langsung, mencatat respons emosional, dan merefleksikan keterlibatannya dalam proses tersebut. Saya juga menggunakan pendekatan ini untuk membaca makna yang dibangun dalam narasi digital mereka, yang tidak hanya sebagai data, tapi juga sebagai praktik sosial yang menggugah kesadaran dan empati. Dengan begitu, pendekatan ini bisa membantu melihat bagaimana proses *mediatization* memengaruhi cara organisasi menjalankan aktivitas kemanusiaan dan bagaimana publik meresponsnya di media digital. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis karena untuk memahami bagaimana makna, peran, dan praktik aktivisme filantropi dipahami, dijalankan, dan dibangun oleh GOROBA melalui interaksi di ruang digital.

## 2. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan melalui empat tahapan; Pertama, melakukan observasi digital, observasi digital merupakan teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini. saya melakukan pemantauan intensif terhadap aktivitas akun Kitabisa dan Instagram resmi milik GOROBA selama hampir 3 bulan dari 28 April hingga 10

Juni 2025, dan terus memeriksanya secara berkala, untuk melihat dinamika konten yang bersifat aktual dan berkembang. Observasi ini bertujuan untuk menggali bagaimana GOROBA membentuk narasi filantropi, membangun hubungan dengan publik, serta membentuk dan memperkuat identitas GOROBA melalui aktivitas daring. Selain memperhatikan jenis konten yang diunggah, saya juga mengamati frekuensi, gaya penyampaian, penggunaan bahasa, visualisasi, serta pola interaksi di kolom komentar. Informasi juga saya dapatkan dari data lapangan dalam bentuk *fieldnotes* pribadi selama mengikuti dan menginterpretasi kegiatan digital GOROBA.

Kedua, mengumpulkan dokumentasi berupa materi visual, dan digital dari berbagai *platform* daring GOROBA, seperti Kitabisa, Instagram, dan laman *website* GOROBA. Saya mengumpulkan berbagai bentuk dokumentasi dalam bentuk tangkapan layar, serta mendokumentasikan elemen-elemen visual seperti poster donasi dan testimoni penerima bantuan. Selain itu saya juga mengakses dokumen internal GOROBA, berupa sejarah, fungsi GOROBA, dan daftar program yang dijalankan. Data dokumentatif ini tidak hanya berfungsi sebagai asrip visual dan aktivitas GOROBA, tetapi juga memberikan gambaran konkret mengenai struktur program, bentuk pertanggungjawaban, serta bagaimana GOROBA berupaya mempertahankan transparansi kepada publik.

Ketiga, melakukan wawancara yang dilakukan sebagai pelengkap untuk membangun gambaran umum GOROBA sebagai sebuah lembaga filantropi. Teknik ini tidak difokuskan untuk melengkapi data visual, melainkan digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai latar belakang GOROBA, struktur kepengurusan, fungsi GOROBA, serta pola kerja dalam pelaksanaan program sosial. saya menggunakan teknik purposive sampling, dengan memilih narasumber yang memiliki peran kunci dalam perencanaan atau pelaksanaan kegiatan komunitas, terutama mereka yang terlibat langsung dalam distribusi bantuan atau pengambilan keputusan. Wawancara dilakukan dalam kurun waktu hampir 5 bulan dari 21 Februari hingga 1 Juni 2025, dengan durasi 30 menit hingga 50 menit. Seluruh sesi dilakukan melalui panggilan telepon WhatsApp dan direkam menggunakan *handphone* untuk memudahkan proses transkripsi serta identifikasi tema-tema penting. Terkait data narasumber dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1. 1 Data Narasumber**

| No | Narasumber | Jenis Kelamin | Peran                        | Tanggal    | Durasi   |
|----|------------|---------------|------------------------------|------------|----------|
| 1. | KAR        | Perempuan     | Ketua Yayasan                | 21/02/2025 | 42 menit |
| 2. | AB         | Perempuan     | Pengurus Medis               | 22/04/2025 | 50 menit |
| 3. | MH         | Perempuan     | Pengurus Pencairan Dana KiBi | 26/04/2025 | 30 menit |
| 4. | V          | Perempuan     | Pengurus Non-Medis           | 23/04/2025 | 40 menit |

| No | Narasumber | Jenis Kelamin | Peran          | Tanggal    | Durasi   |
|----|------------|---------------|----------------|------------|----------|
| 5. | SR         | Laki-laki     | Pengurus Media | 01/06/2025 | 30 menit |

Sumber : Analisis Peneliti

### 3. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pedekatan interpretatif, dimulai sejak tahap pengumpulan data dan berkembang seiring pendalaman konteks interaksi digital di *platform* Kitabisa dan Instagram. Pertama, saya mengkoding unggahan, narasi digital, serta respons pengguna, kemudian saya kategorikan berdasarkan tema utama, yaitu identitas komunitas, praktik filantropi dan komunikasi digital. Kedua, saya menganalisis dokumentasi visual dan catatan lapangan dari observasi digital, termasuk tangkapan layar dan interaksi pengguna, sebagai bagian dari refleksi partisipatif saya sebagai peneliti. Untuk mempermudah proses kategorisasi, saya mereduksi setiap pernyataan dalam transkrip wawancara dan data lapangan guna menyusun tema secara sistematis. Terakhir, saya menggunakan *thematic analysis* untuk membaca transkrip wawancara, menandai pernyataan penting, tema yang berulang, dan makna yang relevan dalam menjelaskan peran GORоба sebagai filantropi digital. Seluruh data yang telah terkoding dan tersortir saya interpretasikan untuk ditarik menjadi satu kesimpulan yang kemudian saya narasikan dalam kerangka analisis yang utuh mengenai bentuk dan praktik aktivisme digital GORоба.

#### 4. Validasi Data

Pada tahap validasi data, saya akan melaksanakan tiga tahapan; Pertama, saya melakukan verifikasi data melalui pencatatan sistematis terhadap catatan lapangan, dokumentasi unggahan digital, serta transkrip hasil wawancara. Kedua, saya menerapkan teknik triangulasi untuk meningkatkan validitas data. Triangulasi ini mencakup triangulasi teknik (observasi digital, dokumentasi, dan wawancara) dan triangulasi waktu, yaitu dengan melakukan observasi berulang dalam rentang waktu yang cukup. Ketiga, saya menyusun analisis dan kesimpulan dengan merujuk pada prinsip validasi data dalam pendekatan kualitatif, guna memastikan bahwa informasi yang saya gunakan benar-benar relevan dan sesuai dengan prinsip-prinsip validitas kualitatif berbasis kerangka auto-netnografi yang digunakan.

#### H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan proses penulisan dan pemahaman isi penelitian, sistematika pembahasan dalam skripsi ini dibagi ke dalam empat bab utama, yaitu:

##### 1. Bab I, Pendahuluan

Memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kajian teori, dan metode penelitian yang digunakan peneliti untuk melaksanakan penelitian.

##### 2. Bab II, Aktivisme Gerakan Filantropi Digital Dalam Era *Mediatization*

Bab ini menguraikan profil dan latar belakang komunitas Gorontalo Baik Indonesia (GOROBA) sebagai lembaga amal berbasis digital, termasuk sejarah pembentukan, nilai-nilai yang diusung, dan struktur operasional dalam mengelola *platform* Kitabisa dan Instagram sebagai ruang filantropi.

3. Bab III, Bentuk dan Praktik Aktivisme filantropi yang Dilakukan Oleh Komunitas GOROBA di *Platform Digital*

Bab ini memuat hasil temuan dari observasi daring, dokumentasi unggahan, dan wawancara, yang telah dianalisis. Pembahasan disusun berdasarkan dua fokus utama: peran akun Kitabisa dan Instagram dalam membentuk identitas dan legitimasi GOROBA sebagai agen filantropi di media digital, serta bentuk dan praktik aktivisme filantropi yang dijalankan melalui akun Kitabisa dan Instagram.

4. Bab IV, Penutup

Bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah, serta memberikan saran dan rekomendasi untuk pengembangan praktik filantropi digital oleh komunitas serupa. Bagian ini juga memuat daftar pustaka dan lampiran yang mendukung validitas data penelitian.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang saya lakukan, saya dapat menarik kesimpulan bahwa pendekatan auto-netnografi telah membuka ruang bagi saya untuk menelusuri secara mendalam mengenai dinamika aktivisme filantropi dalam komunitas Gorontalo Baik Indonesia (GOROBA) melalui akun digital seperti Kitabisa dan Instagram. Melalui pengamatan yang mendalam terhadap unggahan digital serta interaksi daring yang berlangsung, saya berhasil menggambarkan dengan jelas bagaimana identitas GOROBA dibentuk, dibangun, dan dikukuhkan melalui media digital. Teori *mediatization* menjadi landasan utama yang mengarahkan saya untuk memahami bagaimana logika media, struktur komunikasi digital, serta perubahan peran media dalam kehidupan sosial berkontribusi terhadap proses pembentukan legitimasi GOROBA sebagai agen filantropi yang aktif dan adaptif.

Selama proses analisis terhadap konten digital, saya menemukan bahwa GOROBA memanfaatkan logika media untuk menguatkan narasi solidaritas, kepedulian sosial, serta nilai-nilai kemanusiaan yang terintegrasi dalam setiap unggahannya. Identitas GOROBA tidak dibentuk dalam ruang yang kosong, tetapi dimediasi secara aktif oleh visual, *caption*, testimoni penerima manfaat, serta pola interaksi publik. Akun Kitabisa digunakan sebagai ruang representasi aksi filantropi, sedangkan akun Instagram

berfungsi sebagai ruang terbuka untuk pembentukan makna, interaksi dengan audiens, serta pembentukan citra kolektif komunitas. Kedua *platform* ini bekerja secara sinergis untuk menampilkan GOROBA sebagai komunitas yang tidak hanya aktif menggalang dana, tetapi juga menghadirkan model pelayanan sosial yang humanis dan kontekstual.

Kemudian, saya juga memetakan bentuk praktik aktivisme GOROBA menjadi tiga bentuk praktik utama, dimulai dari empati awal yang hadir melalui narasi emosional dan kemanusiaan sebagai pemantik perhatian publik, dilanjutkan dengan proses penggalangan dana yang dirancang secara strategis dan transparan, serta kegiatan distribusi pelayanan sosial yang mencerminkan orientasi keberlanjutan melalui melalui kegiatan medis dan non-medis yang terdokumentasikan secara digital. Praktik ini menunjukkan bagaimana GOROBA tidak hanya sekadar hadir sebagai penghubung antara donatur dan penerima manfaat, tetapi juga sebagai mediator nilai-nilai kemanusiaan, solidaritas sosial dan pembangunan komunitas.

Melalui pendekatan *mediatization*, saya melihat bahwa keberhasilan GOROBA dalam memanfaatkan media digital bukan hanya terletak pada kuantitas dana yang terkumpul, tetapi juga pada kemampuannya membingkai narasi, membangun kepercayaan digital, serta menciptakan sistem partisipasi sosial berbasis media. Studi ini sekaligus menunjukkan bahwa praktik filantropi telah mengalami transformasi, bukan hanya dari sisi operasional, tetapi juga secara simbolik dan komunikatif. Saya

memahami bahwa proses *mediatization* dalam konteks ini tidak sepenuhnya objektif, melainkan melibatkan proses penyesuaian, pertimbangan, dan pilihan sadar tentang apa yang ingin diperlihatkan maupun disembunyikan dalam ruang digital. Oleh karena itu, praktik filantropi digital perlu dilihat secara lebih dalam dan menyeluruh agar tidak hanya dianggap bagus tanpa pemahaman yang mendalam.

## **B. Saran**

Berdasarkan temuan dan pemaparan saya diatas, saya memiliki beberapa saran untuk pihak-pihak terkait. Pertama, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas fokus kajian dari praktik filantropi digital, seperti pengalaman dan persepsi dari donatur maupun penerima manfaat, agar hasil penelitian lebih menyeluruh dan berimbang. Saya menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam cakupan data dan ruang eksplorasi, sehingga terbuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam atau bahkan mengkritisi temuan yang saya hadirkan. Kedua, bagi komunitas GOROB, refleksi berkala terhadap cara mereka mengelola narasi, distribusi informasi, serta dokumentasi kegiatan dapat membantu memperkuat dampak sosial sekaligus menjaga kepercayaan publik. Ketiga, bagi pihak pemerintah atau lembaga sosial, kolaborasi dengan komunitas seperti GOROB dapat membuka peluang baru dalam memperluas jangkauan pelayanan sosial, khususnya di ruang-ruang digital yang terus berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Fadli Daud, Syahrul Anwar, and Dede Kania. "Analisis Kebebasan Produksi, Distribusi Perdagangan Beras Untuk Mencapai Harga Rasional Perspektif Etika Bisnis Islam." *Strata Business Review* 1, no. 2 (December 10, 2023): 246–57. <https://doi.org/10.59631/sbr.v1i2.118>.
- Abidin, Zaenal. "Paradoks Dan Sinjutas (Sinergi-Keberlanjutan-Ketuntasan) Gerakan Filantropi Di Indonesia." *Share : Social Work Journal* 6, no. 2 (December 24, 2016): 183. <https://doi.org/10.24198/share.v6i2.13201>.
- Adam, Stefan, Ivan Noviyanto, and Andy Agus Prasetyo. "Pembentukan Opini Publik Program Bantuan Sosial COVID-19 Pemprov DKI Jakarta Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Framing Pada Akun Instagram @dkijakarta)." *Jurnal Health Sains* 2, no. 1 (January 23, 2021): 145–61. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i1.173>.
- Adawiyah, Sa'diyah El. "Islamic Branding Dalam Ekonomi Syariah." *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah* 4, no. 1 (July 2, 2021): 26–35. <https://doi.org/10.30863/al-tsarwah.v4i1.1556>.
- Aiz, Muhammad. "Studi Lembaga Filantropi Media Massa." *MISYKAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah Dan Tarbiyah* 5, no. 1 (June 30, 2020): 165. <https://doi.org/10.33511/misykat.v5n1.165-183>.
- Akbar, Moh Rifaldi. "Kemudahan Atau Kapitalisme Berkedok Amal? Kajian Netnografi Pada Website Amal Kitabisa.Com." *Jurnal Komunikasi* 10, no. 2 (September 3, 2019): 108–18. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.5696>.
- Ali, Sapri, and Azzafa Nur Jadidah. "Peran Teknologi Dalam Optimalisasi Pengumpulan Dan Distribusi Zakat Dan Wakaf." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam* 10, no. 2 (October 10, 2024): 400–414. <https://doi.org/10.58401/faqih.v10i2.1495>.
- Aligarh, Frank, Falikhatun Falikhatun, and Arif Nugroho. "Zakat, Infaq And Shadaqah (Zis) Digitalization: A Case Study Using Technology Organization Environment Framework." *El Dinar: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 11, no. 1 (April 17, 2023): 78–95. <https://doi.org/10.18860/ed.v11i1.18916>.
- Anwar, Rofiq. "Mengkaji Efektivitas Kampanye Politik Dalam Perspektif Public Relations." *ETTISAL : Journal of Communication* 4, no. 1 (June 29, 2019): 67. <https://doi.org/10.21111/ettisal.v4i1.3072>.
- Aripradono, Heru Wijayanto. "Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram." *Teknika* 9, no. 2 (November 4, 2020): 121–28.

<https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>.

Arrazaq, Zaki. "Filantropi Pendidikan Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Era Transformasi Digital Di Indonesia." *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia* 3, no. 3 (September 30, 2023): 505–22. <https://doi.org/10.14421/njpi.2023.v3i3-9>.

Asmawati, Wa Ode, and Anggi Ramdani. "Strategi Fundraising Crowdfunding Untuk Pengembangan Filantropi Sosial Di Indonesia (Study Kasus Kitabisa.Com)." *KAIS Kajian Ilmu Sosial* 3, no. 1 (June 15, 2022): 1–8. <https://doi.org/10.24853/kais.3.1.1-8>.

Asnidar, Mansur, and Afdal. "Peranan Dakwah Dalam Media Teknologi Dan Pengaruhnya Di Masyarakat." *Jurnal Kolaboratif Sains* 5, no. 11 (November 16, 2022): 767–71. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i11.2976>.

Assilah, Qonita Imania. "Strategi Digital Storytelling Pada Organisasi Crowdfunding Di Media Sosial Instagram @Lazisnubanyuwangi." *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam* 14, no. 2 (April 5, 2023): 77–92. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v14i2.1997>.

Atin, Sri, Ika Fitriyati, and Shaleh Shaleh. "Strategi Branding Image Madrasah Untuk Membangun Trust Masyarakat." *At-Ta'lim : Media Informasi Pendidikan Islam* 22, no. 1 (June 30, 2023): 83. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/attalim/article/view/10311>.

Aziz, Imam Abdul, Nurwahidin Nurwahidin, and Irwan Chailis. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online." *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 1 (July 5, 2019). <https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1835>.

Bahram, Muhammad. "Tantangan Hukum Dan Etika (Rekayasa Sosial Terhadap Kebebasan Berpendapat Di Dunia Digital)." *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah* 2, no. 12 (December 8, 2023): 5092–5109. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i12.1895>.

Bak, SuJin, Minsun Yeu, Dongwon Min, Jaehoon Lee, and Jichai Jeong. "Charitable Crowdfunding Donation-Intention Estimation Depending on Emotional Project Images Using FNIRS-Based Functional Connectivity." Edited by Holger A. Rau. *Plos One* 19, no. 5 (May 8, 2024): e0303144. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0303144>.

Banurea, Oda Kinata. "Efektivitas Pengawasan Kampanye Berbasis Digital." *Mediation : Journal Of Law*, June 3, 2023, 59–77. <https://doi.org/10.51178/mjol.v2i1.1356>.

- Betan, Nur Asia Usman, and Paskah Ika Nugroho. "Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Dana Desa." *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora* 5, no. 1 (June 13, 2021): 133–39. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33246>.
- Bramlie, Andian, Raynaldo Raynaldo, Jeremy Frederick Hizkia Sitorus, Kristian Telaumbanua, and Heru Kurniawan. "Pengembangan Website Pendanaan Bersama Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Transparansi Dalam Kegiatan Kemanusiaan." *Jurnal SIFO Mikroskil* 25, no. 2 (October 31, 2024): 55–70. <https://doi.org/10.55601/jsm.v25i2.1371>.
- Burns, Ryan. "New Frontiers of Philanthro-capitalism: Digital Technologies and Humanitarianism." *Antipode* 51, no. 4 (September 15, 2019): 1101–22. <https://doi.org/10.1111/anti.12534>.
- Chapman, Cassandra M., Barbara M. Masser, and Winnifred R. Louis. "The Champion Effect in Peer-to-Peer Giving: Successful Campaigns Highlight Fundraisers More Than Causes." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 48, no. 3 (June 15, 2019): 572–92. <https://doi.org/10.1177/0899764018805196>.
- Constantin, Natasha, Ardina Lukita Wiraputra, Geraldo Rotty, and Desideria Lumongga Dwihadiah. "Religious Transformation in Digital Era: Mediatization Impact on Religious Practice." *Eduvest - Journal of Universal Studies* 4, no. 10 (October 20, 2024): 8977–89. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i10.1313>.
- Danuri, Muhamad. "Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital." *Jurnal Ilmiah Infokam* 15, no. 2 (September 30, 2019). <https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>.
- Devinnisa Jehan Siddiqa Fabtian, and Aris Sutejo. "Konsistensi Desain Sebagai Identitas Lembaga Amil Zakat Dompot Amanah Umat." *Student Research Journal* 1, no. 6 (December 2, 2023): 97–106. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i6.802>.
- Dewantara, Ramma Wisnu, and Derajat S. Widhyharto. "Aktivisme Dan Kesukarelawanan Dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 19, no. 1 (April 5, 2016): 40. <https://doi.org/10.22146/jsp.10855>.
- Dharmajaya, Agung, and Harmonis Minangkabawi. "Membangun Kepercayaan Yang Berkelanjutan Di Era Disruptif Komunikasi: Perspektif Media Dan Komunikasi Digital." *Jurnal Komunikasi* 18, no. 2 (April 30, 2024): 265–80. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss2.art9>.

- Eko Valentino, Dion. "Penyajian Informasi Dan Data Dalam Bentuk Infografis." *Tematik* 6, no. 1 (June 29, 2019): 1–19. <https://doi.org/10.38204/tematik.v6i1.184>.
- Elizamiharti, Elizamiharti, and Nelfira Nelfira. "Demokrasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Dalam Partisipasi Politik." *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi* 2, no. 01 (November 5, 2023): 61–72. <https://doi.org/10.59653/jimat.v2i01.342>.
- Faiz, Dwiki. "Analisa Maraknya Pemanfaatan Platform Dalam Pengumpulan Zakat Melalui Prespektif Strukturasi Ala Giddens." *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan* 18, no. 1 (June 14, 2021): 1–12. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v18i1.235>.
- Fauzan, Muhamad, Eko Purwanto, Hilal Dzaki Naufal Jupri, and Putri Sulistyo Dewi. "Media Sebagai Agen Perubahan Komunitas Di Era Teknologi Digital." *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital* 2, no. 4 (June 25, 2025): 15. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v2i4.4369>.
- Faza, Firdan Thoriq, and Astiwi Indriani. "Dynamics of Muslim Millennials in Charity Donation: A Donor-Side Perspective." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 9, no. 3 (May 31, 2022): 352–61. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp352-361>.
- Firdaus, Risya, and Ridwan Roy Tutupoho. "Teknologi Crowdfunding Dalam Kegiatan Penggalangan Dana Sosial Berbasis Internet Di Indonesia (Studi Pada Situs Kitabisa.Com)." *Jurnal Administrasi Profesional* 3, no. 1 (September 20, 2022): 66–73. <https://doi.org/10.32722/jap.v3i1.4963>.
- Fitriani, Nur Alfa, Mochammad Ikhsan Firmansyah, Resty Oktaviani, and Mochamad Wilky Rizkyanfi. "The Use Of Social Media For Personal Branding Purpose." *Journal Acta Diurna* 20, no. 1 (July 2, 2024): 51. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2024.20.1.8349>.
- Galingging, Yunika Debora, and Nyoman Ari Surya Darmawan. "Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Terhadap Public Trust." *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha* 14, no. 03 (October 2, 2023): 559–70. <https://doi.org/10.23887/jimat.v14i03.61616>.
- Gerson, Lukman Hakim Sangapan, Adler Haymans Manurung, and Idel Eprianto. "Tantangan Dan Peluang Digitalisasi Dalam Manajemen SDM : Perspektif Praktisi Dan Pengambil Keputusan." *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 3, no. 2 (April 5, 2025): 134–58. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i2.93>.
- Giersemehl, Franziska, Daniel Michelis, and Stefan Stumpp. "Social Media

- Analysis and Strategic Recommendations for a Non-Profit Organization in Germany.” *European Conference on Social Media* 9, no. 1 (April 28, 2022): 266–75. <https://doi.org/10.34190/ecsm.9.1.178>.
- Gunther R. Kress, Theo Van Leeuwen. *Reading Images - The Grammar of Visual Design.En.Id.* 2nd ed. london / new york: Routledge, 2006.
- Hanifah, Hana. “Hubungan Timbal Balik Filantropi Dan Antropologi.” *Aceh Anthropological Journal* 7, no. 2 (October 31, 2023): 195. <https://doi.org/10.29103/aaj.v7i2.11423>.
- Hanifah, Hana -, Santoso Tri Raharjo, and Agus Wahyudi Riana. “Membangun Kepercayaan Donatur Dengan Motif Emosi Dan Empati Serta Keteguhan Nilai Organisasi.” *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 1 (August 6, 2019): 72. <https://doi.org/10.24198/jppm.v6i1.22784>.
- Hesse, Laura, and Silke Boenigk. “What Makes Peer Fundraisers Successful? Examining Peer-to-Peer Fundraising Success in the Context of Peer-to-Peer Nonprofit–Business Collaboration.” *Nonprofit Management and Leadership* 35, no. 3 (March 2, 2025): 571–92. <https://doi.org/10.1002/nml.21630>.
- Hidayat, Aisyah Ayu Anggraeni. “Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian Aktivitas Filantropi Dan Komodifikasi Kampanye Sosial Melalui Kitabisa.Com).” Universitas Airlangga, 2019. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/87205>.
- Highfield, Tim, and Tama Leaver. “Instagrammatics and Digital Methods: Studying Visual Social Media, from Selfies and GIFs to Memes and Emoji.” *Communication Research and Practice* 2, no. 1 (January 2, 2016): 47–62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>.
- Hjarvard, S. *The Mediatization of Culture*. Oxford, UK: Routledge, 2011.
- Hudaefi, Fahmi Ali, and Irfan Syauqi Beik. “Digital Zakāh Campaign in Time of Covid-19 Pandemic in Indonesia: A Netnographic Study.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 3 (May 13, 2021): 498–517. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2020-0299>.
- Hutari Dwi Putri, Felia, and Novianita Sita Devi. “Analisa Penyalahgunaan Social Crowdfunding.” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 5 (December 25, 2022): 2391–95. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i5.2390>.
- Imas Permatasari, Heni Yuvita, Ulfah Muharramah, Raras Risia Yogasnumurti. “Peran Motivasi Individu Terhadap Perilaku Donasi Pada Platform Kitabisa The Effect Of Motivation Towards Donating Behavior At Kitabisa Platform.” *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis* Vol. 4, no. No. 1 (2023): 56–65.

<https://doi.org/https://10.0.20.161/zenodo.10378592>.

Indama, Vanessa. "Digital Governance: Citizen Perceptions and Expectations of Online Public Services." *Interdisciplinary Studies in Society, Law, and Politics* 1, no. 2 (2022): 12–18. <https://doi.org/10.61838/kman.isslp.1.2.3>.

Intyaswati, Drina. "Pesan Komunikasi Dalam Penggalangan Dana Melalui Website." *INFORMASI* 46, no. 1 (June 14, 2016): 73. <https://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9651>.

Iryani, Juniarti, and Nurwahid Syam. "Peran Media Sosial Dalam Menyebarkan Pesan Agama Dan Perubahan Sosial." *PUSAKA* 11, no. 2 (November 5, 2023): 359–72. <https://doi.org/10.31969/pusaka.v11i2.1242>.

Jalali, Alireza, Jacline Nyman, Ouida Loeffelholz, and Chantelle Courtney. "Data-Driven Fundraising: Strategic Plan for Medical Education." *JMIR Medical Education* 10 (July 22, 2024): e53624–e53624. <https://doi.org/10.2196/53624>.

Jankowski, Jarosław, Magdalena Ziolo, Artur Karczmarczyk, and Jarosław Wątróbski. "Towards Sustainability in Viral Marketing with User Engaging Supporting Campaigns." *Sustainability* 10, no. 1 (December 22, 2017): 15. <https://doi.org/10.3390/su10010015>.

Jasjfi, Elda Franzia, Resky Annisa Damayanti, Valentina Ayu Puspaningtyas, and Karina Luthfiya Sastranegara. "Evaluasi Desain Baru Instagram @Fsrdsusakti Sebagai Media Branding Fsrds Universitas Trisakti." *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* 7, no. 01 (February 28, 2021): 150–64. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.3603>.

Junidar, Ulfa. "Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam." *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam* 2, no. 2 (November 10, 2020): 190–218. <https://doi.org/10.22373/tadabbur.v2i2.14>.

Kinanti, Risma Ayu, Safarinda Imani, Mauizhotul Hasanah, and Khalwat Asyaria. "Optimalisasi Fundraising Zakat Pada Kerjasama Institusional Indonesia Melalui E-Commerce Pasca Pandemi Covid-19 PANDEMI COVID-19." *Filantropi : Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf* 2, no. 1 (April 24, 2021): 20–37. <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v2i1.3290>.

Kristianto, Kristianto, Abdul Basith Ramadhan, and Fernandito Dikky Marsetyo. "Media Sosial Dan Connective Action: Studi Kasus Penggunaan Twitter Sebagai Ruang Solidaritas Selama Pandemi COVID-19." *Journal of Social Development Studies* 2, no. 1 (June 11, 2021): 1–13. <https://doi.org/10.22146/jsds.1037>.

Kusmaeni, Emi, and Nenny Syahrenny. "Apakah Akuntabilitas, Transparansi Dan

- Pengendalian Internal Laporan Keuangan Mempengaruhi Kepercayaan Donatur Yayasan Sosial?” *Akurasi : Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan* 7, no. 1 (June 24, 2024): 203–18. <https://doi.org/10.29303/akurasi.v7i1.510>.
- Kusuma Wardana, Agung, Difha Sulistyawati Handayani, Rezha Ribka Kaunang, and Rizaldi Parani. “Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Era Digital: Peran Teknologi Dan Respons Masyarakat.” *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan* 14, no. 11 (May 17, 2024). <https://doi.org/10.59188/covalue.v14i11.4326>.
- Latifah, Fitri, and Rusdi Lubis. “Digitalization of ZISWAF Development in Indonesia.” In *Proceedings of the Proceedings of the 1st Conference on Islamic Finance and Technology, CIFET, 21 September, Sidoarjo, East Java, Indonesia*. Sidoarjo: EAI, 2020. <https://doi.org/10.4108/eai.21-9-2019.2293962>.
- Lestari, Wiwit, Inge Wina Checathia, Juan Immanuel, and Dwi Ade Handayani Capah. “Penyaluran Donasi Untuk Korban Bencana Alam Berbasis Website (Studi Kasus: Pecinta Anak Yatim & Doefa Indonesia Tercinta).” *Jurnal Ilmiah Betrik* 13, no. 1 (April 19, 2022): 8–17. <https://doi.org/10.36050/betrik.v13i1.405>.
- Lyon, Melissa Arnold, Shani S. Bretas, and Douglas D. Ready. “Design Philanthropy: Challenges and Opportunities in the Evolution of Philanthropic Giving.” *Educational Policy* 37, no. 3 (May 16, 2023): 731–68. <https://doi.org/10.1177/08959048211049426>.
- Maeskina, Mega Mutia, and Dasrun Hidayat. “Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital.” *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (January 12, 2022): 20–30. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>.
- Mahadika, Alam, and Viqri Rahmad Satria. “Gerakan Filantropi Di Masa Pandemi: Studi Netnografi Hilal Merah Indonesia Sayap Juang Front Persaudaraan Islam (FPI).” *Brawijaya Journal of Social Science* 1, no. 02 (June 28, 2022): 17–39. <https://doi.org/10.21776/ub.bjss.2022.001.02.2>.
- Makhrus, M, N. Al Ngizati Ngama Yasifah, and Istianah Istianah. “Peningkatan Literasi Digital Melalui Idebergerak.Com Sebagai Gerakan Filantropi Berbasis Komunitas.” *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 1 (August 28, 2023): 9–21. <https://doi.org/10.61813/jlppm.v2i1.26>.
- Malikha Cinta Meilany, Mutaji Mutaji, Billgheza Alshakira Bunga, and Lulu Nurwidiawati. “Analisis Peluang Serta Tantangan Pada Digitalisasi Manajemen Terhadap Filantropi Dakwah Di Era Modern.” *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat* 3, no. 2 (October 30, 2024): 01–11.

<https://doi.org/10.55606/jurrafi.v3i2.4571>.

- Maritha, Desy. "Ekonomi Digital." *Jurnal Transformasi Administrasi* 13, no. 01 (August 10, 2023). <https://doi.org/10.56196/jta.v13i01.249>.
- Marliana, Dina, and Muhammad Ihsan Syahputra. "Etika Komunikasi Dalam Penyiaran Konten Selebritis Di Program Insert Trans TV Di Era Digital." *Jurnal Penelitian Inovatif* 4, no. 1 (February 5, 2024): 29–40. <https://doi.org/10.54082/jupin.256>.
- Maryani, Eni. "Developing Social Solidarity through Digital Media." *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 3, no. 1 (June 11, 2018): 12–17. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v3i1.144>.
- Maulida, Sri, Fahmi Al Amruzi, Budi Rahmat Hakim, and Irfan Syauqi Beik. "Problems and Solutions in Zakat Digitalization: Evidence from South Kalimantan, Indonesia." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, February 1, 2022, 94–109. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol8.iss1.art7>.
- Miladi, Nuril, and Ririn Noviyanti. "Konfigurasi Filantropi Islam Era Digital: Studi Peran Sedekah Pada Aplikasi Media Sosial Youtube." *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (October 28, 2022): 51–63. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v6i2.29866>.
- Munandar, Siswoyo Aris Munandar. "Gerakan Filantropi Jaringan Gusdurian Ditengah Wabah Covid-19." *Jurnal Bimas Islam* 14, no. 1 (July 27, 2021): 33–76. <https://doi.org/10.37302/jbi.v14i1.362>.
- Mustomi, Dede, and Aprilia Puspasari. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Cermin: Jurnal Penelitian* 4, no. 1 (July 1, 2020): 133. [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496).
- Nasution, Juliana. "Determinants of the Successful Digital Campaigns on Zakat: An Analysis Based on Islamic Marketing Perspective." *Ekulibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 18, no. 1 (March 11, 2023): 94–109. <https://doi.org/10.24269/ekulibrium.v18i1.2023.pp94-109>.
- Ningsih, Dwi Putri Sulistiya, Violita Siska Mutiara, Mika Oktarina, and Ida Rahmawati. "Komunitas Daring Literasi Kesehatan Indonesia (LEKSIA) Sebagai Sarana Tular Nalar Di Masa Pandemi COVID-19." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 20, no. 2 (August 31, 2022): 134. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.6338>.
- Nuridin, Ali. "Transformasi Dompot Dhuafa Dari Lembaga Amil Zakat Menjadi Lembaga Sosial-Kemanusiaan." *Buletin Al-Turas* 19, no. 2 (January 23, 2018): 345–68. <https://doi.org/10.15408/bat.v19i2.3725>.

- Nuresa, Difa. "Ketika Like Dan Share Menjadi Mata Uang Sosial Di Era Digital." *Journal of Mandalika Social Science* 3, no. 1 (April 24, 2025): 29–39. <https://doi.org/10.59613/jomss.v3i1.258>.
- Nurhamdani, Asyifa Khumaira, Jessica Caroline Charis, and Fenika Gabriella. "Exploring The Openness Of Participatory Space: Case Studies From Contemporary Indonesia." *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 4, no. 2 (June 6, 2024): 444–49. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1694>.
- Nurul Hidayat. "Narasi Kebangsaan Di Era Media Sosial: Relevansi Pancasila Dalam Ekosistem Digital." *PACIVIC: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan* 5, no. 1 (April 28, 2025): 105–18. <https://doi.org/10.36456/p.v5i1.10183>.
- Olesen, Jacob. "What Do Colors Mean? Turquoise Color Meaning: Symbolism of Calmness, Clarity, Communication, and Compassion." *Color Meanings*, n.d.
- Pabubung, Michael Reskiantio. "Transparansi." *Jurnal PolGov* 3, no. 2 (December 30, 2021): 53–94. <https://doi.org/10.22146/polgov.v3i2.3526>.
- Patahullah. "Akuntabilitas Widyaiswara Dalam Pengelolaan Pelatihan Di Masa Pandemi Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Provinsi Sulawesi Selatan." *Jurnal Widyaiswara Indonesia* 3, no. 1 (April 16, 2022): 45–56. <https://doi.org/10.56259/jwi.v3i1.132>.
- Pranata, Eric, Syifa Nur Islami, Sugianto Sugianto, Said Teguh, and Junaidi Junaidi. "Pengaruh Crowdfunding Pada Platform Teknologi Kitabisa.Com Terhadap Masyarakat Indonesia." *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)* 6, no. 1 (January 20, 2023): 1. <https://doi.org/10.56327/jtksi.v6i1.1208>.
- Priselie, Andia Elfika, and Sinta Paramita. "Strategi Komunikasi Digital Influencer Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram Sebagai Media Fundraising." *Prologia* 6, no. 1 (March 2, 2022): 163. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10375>.
- Purba, Herman, and Edo Rinaldo. "Realitas Dan Viralitas: Dinamika Dan Isu Dalam Era Media Baru Di Indonesia." *Kinesik* 11, no. 3 (December 8, 2024): 283–99. <https://doi.org/10.22487/ejk.v11i3.1213>.
- Purwatiningsih, Sri Desti. "Marketing Digital Campaign Dalam Membangun Startup Melalui Influencer Pada Masa Pandemi Covid-19." *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (July 30, 2021): 146–56. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i2.2905>.

- Qowiyyum, Erfandy Budi, and Galih Wahyu Pradana. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Indonesia Sehat Dengan Pendekatan Keluarga (Pis-Pk) Untuk Meningkatkan Akses Pelayanan Kesehatan Di Wilayah Kerja Puskesmas." *Publika* 9, no. 3 (May 21, 2021): 211–26. <https://doi.org/10.26740/publika.v9n3.p211-226>.
- Rahardi, Kunjana. "Peran Konteks Siberteks Multimodal Visual Dalam Mengungkap Maksud Penutur Di Ruang Publik Maya." *Linguistik Indonesia* 42, no. 1 (January 31, 2024): 127–40. <https://doi.org/10.26499/li.v42i1.604>.
- Rahmawati, Alfiana Yuniar, and Zulin Nurchayati. "Strategi Komunikasi Digital Pada Komunitas Nabung Jalanan Ngawi Dan Implikasinya Dalam Program Filantropi Sosial." *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin* 4, no. 2 (June 30, 2024): 55–66. <https://doi.org/10.37329/metta.v4i2.3366>.
- Rakhmawati, Yuliana. "Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Altruisme Tradisional-Karitas Menuju Filantropi Integratif." *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 13, no. 2 (September 30, 2019). <https://doi.org/10.24090/komunika.v13i2.2082>.
- Rasad Musfik R, Redi Gamsah M, Rifki Firmansyah, and Siti Maryam. "Inovasi Produk Filantropi Syariah: Analisis Potensi Dan Tantangan Di Era Digital." *Jemba: Journal of Economics, Management, Business and Accounting* 1, no. 3 (December 2, 2023): 195–210. <https://doi.org/10.54783/jemba.v1i3.65>.
- . "Inovasi Produk Filantropi Syariah: Analisis Potensi Dan Tantangan Di Era Digital." *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting* 1, no. 3 (December 2, 2023): 195–210. <https://doi.org/10.54783/jemba.v1i3.65>.
- Rashid, Aneesa Abdul, Mohamad Imran Idris, Nurul Syeefa Zulkiflee, Ahmad Yusuf Yahaya, and Prishalini Ramesh. "The Correlation of Social Media Activity and Engagement of a Health NGO with the Outcome of Fundraising Efforts During the COVID-19 Pandemic." *Bangladesh Journal of Medical Science*, September 5, 2021, 148–54. <https://doi.org/10.3329/bjms.v20i5.55419>.
- Rianto, Puji. "Media Baru, Visi Khalayak Aktif Dan Urgensi Literasi Media." *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 1, no. 2 (December 11, 2016): 90. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i2.54>.
- Rizki Rahmalia, Meita, and Machdum Sari Viciawati. "Membangun Hubungan Pada Proses Fundraising Di Lembaga Amil Zakat." *Sosio Informa* 6, no. 1 (April 1, 2020). <https://doi.org/10.33007/inf.v6i1.1970>.
- Rizqi, Miftakhul. "Perubahan Sosial Budaya Dalam Modernisasi Dan Teknologi

Dipandang Dari Proses Belajar.” *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25, no. 2 (December 13, 2023): 233–39. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i4.7304>.

Rofiah, Rofiah, Sumardjo Sumardjo, Sarwititi Sarwoprasodjo, and Djuara P Lubis. “Pola Jaringan Komunikasi Pada Partisipasi Politik Akar Rumput (Studi Netnografi Media Sosial Twitter Pada Aksi Bela Islam).” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 25, no. 1 (June 19, 2021): 17. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3430>.

Rojas Trejos, Carlos Alberto, Jose D. Meisel, and Wilson Adarme Jaimes. “Humanitarian Aid Distribution Logistics with Accessibility Constraints: A Systematic Literature Review.” *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management* 13, no. 1 (February 9, 2023): 26–41. <https://doi.org/10.1108/JHLSCM-05-2021-0041>.

Safira, Citra, Rr B. Natalia Pujiastuti, and Sri Syamsiyah Lestari S. “Manajemen Komunikasi Ormas Lindu Aji Melalui Media Sosial Dalam Membangun Public Trust.” *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (January 15, 2023): 26–43. <https://doi.org/10.35508/jikom.v12i1.8114>.

Sahabi, Ansar, and Luqmanul Hakiem Ajuna. “Transformasi Filantropi Islam Sebagai Model Pemberdayaan Zakat, Infak, Sedekah, Dan Wakaf (ZISWAF).” *ASY SYAR’IYYAH: JURNAL ILMU SYARI’AH DAN PERBANKAN ISLAM* 7, no. 2 (December 1, 2022): 233–52. <https://doi.org/10.32923/asy.v7i2.2770>.

Salsa Dinda Sulisdika, Teuku Muhammad Syahrizal, and Eka Nurlina. “Determinan Intensi Perilaku Muslim Kota Banda Aceh Berdonasi Melalui Digital Payment.” *At-Tasyri’: Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, June 27, 2022, 87–99. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v14i1.1096>.

Santika, Dita, Hidayatul Ihsan, Eliyanora Eliyanora, and Gustina Gustina. “Studi Ekploratif Tentang Akuntabilitas Crowdfunding Wakaf.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (November 14, 2023): 3445. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9601>.

Sari, Liliyana. “Memprediksi Intensi Individu Untuk Terlibat Dalam Online Volunteering.” *Jurnal Psikologi* 18, no. 1 (June 16, 2022): 12.

Sayagiri, Gofarna. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keberhasilan Crowdfunding Melalui Kitabisa.Com,” January 21, 2021. <https://doi.org/10.31219/osf.io/85frg>.

Setiawati, Sri Dewi, and Intan Primasari. “Pelatihan Komunikasi Pemasaran Digital Pada Lembaga Filantropi Infaq Beras Bandung.” *Prosiding Cosecant : Community Service and Engagement Seminar* 2, no. 2 (March 16, 2023).

<https://doi.org/10.25124/cosecant.v2i2.18579>.

Shaffina, Tiara Inditarizki, Putri Nisrina Nurfitri P, Athaya Salsabila, and Neneng Nurhasanah. "Pengaruh Transparansi Terhadap Kepercayaan Dalam Berinfak Menggunakan Dompot Digital." *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, December 29, 2024, 153–60. <https://doi.org/10.29313/jres.v4i2.4354>.

Sonia, Gina, and Rudi Saprudin Darwis. "Dinamika Lembaga Pelayanan Sosial Dalam Memberikan Layanan Di Tengah Pandemi." *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 3 (February 7, 2021): 457. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.28348>.

Sugianti, Dara Nauria, Winda Maulidiah, Nazwa Pramono Putri, Fathia Nur Ikram, Moch. Andra Daffa Pradipa, Dea Kurnia Salsabila, and Dian Friantoro. "Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Dana Sosial Oleh Tokoh Agama: Perspektif Etika Akuntansi." *Journal of Sharia Economics and Finance* 3, no. 1 (January 24, 2025): 1–14. <https://doi.org/10.34001/jsef.v3i1.1114>.

Supian Sauri. "Altruisme Masyarakat Indonesia Melalui Platform Crowdfunding Di Kitabisa.Com." *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies* 2, no. 1 (January 2, 2023): 273–80. <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i1.953>.

Susanti, Ratna, and Nilam Astari Putri. "Adopsi Teknologi Informasi Sebagai Literasi Digital Masa Pandemi Covid-19 Bagi Para Perempuan Di Pedesaan." *Literatus* 4, no. 1 (April 15, 2022): 61–68. <https://doi.org/10.37010/lit.v4i1.630>.

Susilawaty, Fera Tri, Ratnawati Ratnawati, Irene Alfiona Karangan, and Wiwin Fitriyani. "Komparasi Analisis Media Siber Pada Platform Donasi Digital: Biruberbagi.Id, Campaign.Com, Dan Ayobantu.Com." *CARAKA : Indonesia Journal of Communication* 5, no. 1 (June 30, 2024): 1–13. <https://doi.org/10.25008/caraka.v5i1.98>.

Süssenbach, Philipp. "When They Come in Crowds: Charity Appeals and Moral Fatigue." *Basic and Applied Social Psychology* 40, no. 4 (July 4, 2018): 171–79. <https://doi.org/10.1080/01973533.2018.1459300>.

Suwarso, Widha Anistya. "Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Oleh Organisasi Non Profit." *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (January 31, 2020): 1–11. <https://doi.org/10.33822/v3i1.1357>.

Syahrani, Rizky Amalia, Ainal Fitri, Fathayatul Husna, and Dony Arung Triantoro. "Negosiasi Identitas Praktik Filantropi Digital Rumah Garda Indonesia." *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam* 10, no. 1 (July 25, 2023): 42. <https://doi.org/10.37064/jki.v10i1.16955>.

- Syarif, Akhmad Saputra, and Rizka Halida. "Aksi Kolektif Pada Gerakan Sosial: Sebuah Perspektif Psikologi." *Psyche: Jurnal Psikologi* 7, no. 1 (February 3, 2025): 1–27. <https://doi.org/10.36269/psyche.v7i1.2783>.
- Syujai, Muhammad. "Transformasi Filantropi Digital Berbasis Aplikasi Fintech E-Money Dalam Perspektif Islam." *Pusaka* 10, no. 1 (July 5, 2022). <https://doi.org/10.31969/pusaka.v10i1.670>.
- Taroreh, Stefen R. A., Makhfudi, Feyne Maria Kairupan, and Noldy Takaliuang. "Strategi Brand Positioning Dalam Bisnis Digital: Literature Review." *Jurnal Lentera: Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 5, no. 2 (December 31, 2024): 73–79. <https://doi.org/10.57207/me0zna76>.
- Taufiqo, Fifi Ulid Khoiro. "Dampak Bantuan Pangan Non Tunai Terhadap Distribusi Pendapatan Rumah Tangga Analisis Sistem Neraca Sosial Ekonomi Indonesia." *Journal of Economics Development Issues* 1, no. 2 (November 14, 2018): 26–32. <https://doi.org/10.33005/jedi.v1i2.17>.
- Tri Kurniawati, Desi, Nadiyah Hirfiyana Rosita, and Rila Anggraeni. "The Role of Emotional Marketing and UTAUT on Donation Intention through Social Media." *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478) 10, no. 1 (February 11, 2021): 38–46. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i1.1026>.
- Triantoro, Dony Arung, Tri Wahyuni, and Fitra Prasapawidya Purna. "Digital Philanthropy: The Practice of Giving Among Middle to Upper-Class Muslim in Indonesia and Soft Capitalism." *QIJIS (Qudus International Journal of Islamic Studies)* 9, no. 2 (December 26, 2021): 315. <https://doi.org/10.21043/qijis.v9i2.7814>.
- Triguswinri, Krisnaldo, and Teuku Afrizal. "Eksklusi Sosial Dalam Kapital Digital Dan Kebijakan Virtual (Studi Filantropi Platform KitaBisa.Com)." *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 7, no. 3 (August 25, 2021): 303. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i3.394>.
- Tyasotyaningarum, Berlian. "Praktik Open Government Melalui Partisipasi Publik Di Kabupaten Bojonegoro Dalam Mewujudkan Transparansi Dan Akuntabilitas (Studi Kasus Dialog Publik Jumat Di Kabupaten Bojonegoro)." *Jurnal Mediasosian : Jurnal Ilmu Sosial Dan Administrasi Negara* 3, no. 1 (August 7, 2019). <https://doi.org/10.30737/mediasosian.v3i1.436>.
- Ummah, Nurul Hidayatul. "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (June 27, 2023). <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

- Urrea, Gloria, and Eunae Yoo. "The Role of Volunteer Experience on Performance on Online Volunteering Platforms." *Production and Operations Management* 32, no. 2 (February 2023): 416–33. <https://doi.org/10.1111/poms.13879>.
- Villegas, Dino. "From the Self to the Screen: A Journey Guide for Auto-Netnography in Online Communities." *Journal of Marketing Management* 34, no. 3–4 (February 12, 2018): 243–62. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1443970>.
- Viphanphong, Wut, Pongsakorn Limna, Tanpat Kraiwanit, and Kris Jangjarat. "Merit Piggy Bank in the Digital Economy." *Shanti Journal* 2, no. 1 (April 6, 2023): 1–9. <https://doi.org/10.3126/shantij.v2i1.53727>.
- Wahyuddin, Muhammad Farid, Arianto, Darmadi, and Iskandar. "Pemetaan Aktivisme Digital Studi Netnografi Kampanye #FreePalestine Di Media Sosial." *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 2 (March 7, 2025): 282–99. <https://doi.org/10.21009/COMM.033.07>.
- "Wawancara Pribadi Dengan Buba Medis Yayasan Gorontalo Baik Indonesia Yang Dilaksanakan Pada Tanggal 22 April 2025," n.d.
- "Wawancara Pribadi Dengan Buba NonMedis Yayasan Gorontalo Baik Indonesia Yang Dilaksanakan Pada Tanggal 22 April 2025," n.d.
- "Wawancara Pribadi Dengan Ketua Yayasan Gorontalo Baik Indonesia Yang Dilaksanakan Pada Tanggal 21 Februari 2025," n.d.
- Wibowo, Annabela Assyfa. "Altruisme Dalam Membangun Solidaritas Sosial Komunitas Relawan." *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education* 10, no. 1 (June 30, 2023): 31–40. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.450>.
- Yayasan Gorontalo Baik Indonesia. "Gorontalo Baik Indonesia." Kitabisa, 2025. <https://kitabisa.com/orang-baik/6495997094579720f81bdde9018823b7>.
- Zahra, Luthfiyyah Khaira, Ade Ulya, Syeilla Audianty Hermawan, and Ida Farida Adi Prawira. "Literatur Review: Transparansi Dalam Laporan Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Pemangku Kepentingan." *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 5, no. 2 (November 6, 2024): 479–89. <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i2.2364>.
- Zahri, Tsulis Amiruddin, Putri Handayani Lubis, and Syaifuddin Ahrom. "Relasi Pemuda Islam Dan Media Sosial Dalam Membangun Solidaritas Sosial." *Jurnal Literasiologi* 1, no. 2 (July 8, 2019): 13. <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v1i2.30>.