

# INOVASI PENGGALANGAN DONASI SECARA VIRTUAL MELALUI SOCIAL MEDIA

Oleh: Dr. Zainal Abidin Achmad M.Si., M.Ed

---



## 1. PENDAHULUAN

Pada pandemi Covid-19 ini, banyak dampak yang dirasakan masyarakat khususnya oleh warga kalangan menengah ke bawah. Salah satu yang paling berpengaruh adalah dampak ekonomi. Tidak banyak penghasilan yang diperoleh oleh masyarakat, bahkan mengalami kesulitan hanya untuk membeli bahan makanan sehari-hari. Disisi lain, banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya membantu sesama yang memiliki kesulitan ekonomi. Tetapi, tidak jarang bantuan yang diberikan oleh masyarakat kurang tepat sasaran. Hal ini akan merugikan masyarakat yang seharusnya memperoleh bantuan. Pada umumnya, wujud donasi sering dalam bentuk uang tunai. Dengan BLT atau bantuan tunai langsung merupakan salah satu program pemerintah untuk mengurangi kemiskinan atau memajukan kesejahteraan umum adalah dengan memberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT). Bantuan langsung tunai (BLT) mulai terlaksana melalui Instruksi Presiden Nomor 12 tahun 2005 , tentang “pelaksanaan Bantuan Langsung Tunai kepada rumah tangga miskin” dan Instruksi Presiden Republik Indonesia No.3 Tahun 2008, tentang “ pelaksanaan Bantuan Langsung Tunai untuk rumah tangga sasaran”. Tujuan yang diharapkan melalui kebijakan program ini adalah dapat menjawab persoalan kemiskinan di Indonesia, sebagai akibat dari segenap

perubahan yang telah terjadi, baik secara nasional maupun global. Pendekatan BLT ini merupakan salah satu dari penyelesaian pemerataan kesejahteraan sosial yang dapat dirasakan oleh masyarakat yang kurang mampu bagi daerah-daerah terpencil maupun daerah perkotaan.

Bentuk donasi lain yang umum dijumpai adalah natura yaitu berupa barang-barang sembako, dan lain-lain. Pada intinya, yang lebih penting yaitu bantuan harus dilakukan tepat sasaran, dalam arti bantuan itu sampai pada penerima yang membutuhkan dan jenis bantuannya sesuai yang dibutuhkan. Jika tidak, maka bantuan tersebut dapat disalahgunakan atau tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal (Alexandria, 2016). Program penggalangan dana ini dilakukan untuk menyalurkan donasi dari masyarakat, yang nantinya akan diberikan pada masyarakat prasejahtera khususnya yang berada pada Desa Kramatinggil, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik. Penggalangan dana ini membuka masyarakat untuk berdonasi berupa uang tunai, masker, *hand sanitizer*, dan bahan sembako. Selain bertujuan untuk membantu ekonomi masyarakat, program penggalangan dana ini juga berfungsi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga diri dengan melakukan protokol kesehatan, agar terhindar dari bahaya Covid-19. Agar program ini dapat maksimal, maka digunakanlah media sosial sebagai jembatan antara donatur dan pemohon yang disasar secara langsung. Bentuk platform yang digunakan adalah yang populer di masyarakat, di antara lain yaitu Instagram, dan melalui Whatsapp. Donatur dapat menawarkan donasi dalam jumlah banyak ataupun sedikit yang tidak harus dalam kondisi baru, atau masih dapat digunakan secara layak. Diharapkan program ini dapat mempertemukan antara keinginan masyarakat yang ingin berdonasi dengan pihak penerima, sehingga dapat meningkatkan nilai sosial yang ada pada masyarakat.

## 2. ISI

### 2.1. Pengertian Penggalangan Dana

Memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan bisa dilakukan dengan cara apapun, salah satunya adalah dengan penggalangan dana. Penggalangan dana adalah proses pengumpulan kontribusi sukarela dalam bentuk uang atau sumber daya lain dengan meminta sumbangan dari individu, perusahaan, yayasan, atau lembaga pemerintah.

### 2.2. Macam – macam Penggalangan Dana

#### 2.2.1. Penggalangan dana Offline

Donasi *online* menjadi cara terbaik karena siapapun bisa berpartisipasi kapan pun dan di mana pun. Selain itu, cara menyumbang dana juga sangat mudah karena dilakukan melalui transfer. Tidak ada batasan mengenai banyaknya dana yang disumbangkan.

Norton (2002) mengungkapkan berbagai macam bentuk strategi penggalangan dana seperti di bawah ini.

##### a. Membentuk Kelompok *Fund-raiser* Lokal

Bagi organisasi yang sudah kokoh berdiri atau organisasi kecil yang baru saja berdiri, menggalang dana di tingkat lokal melalui acara - acara malam dana seperti pameran kerajinan, konser dan pentas seni serta lelang; acara olahraga dan pertandingan atau mengedarkan kotak sumbangan dapat menjadi sumber pendapatan yang besar bagi organisasi.

##### b. Menyelenggarakan Acara Penggalangan Dana

Ada banyak jenis acara untuk menggalang dana tetapi pada intinya tujuan dari acara tersebut adalah untuk menyebarkan informasi tentang organisasi atau mengumpulkan sumbangan dari anggota, masyarakat atau kelompok tertentu dan sebagai balasannya organisasi menyuguhkan hiburan bagi mereka. Lima unsur mutlak dari acara penggalangan dana adalah bintang tamu dengan keahlian dan daya

tarik tertentu, sponsor yang mungkin mau menanggung biaya acara dan mendapatkan keuntungan karena dapat menyebarkan informasi tentang produk mereka, media yang bertugas melaporkan berbagai peristiwa yang terjadi, reputasi dari organisasi itu sendiri serta pengunatur baru atau pun lama.

c. Meminta pada Perorangan

Bertemu dan berbicara langsung dengan calon donatur memberikan kesempatan yang baik untuk menggalang dana. Cara ini dapat dilakukan dengan tatap muka langsung atau lewat telepon. Kemampuan berkomunikasi dengan baik wajib dimiliki oleh seorang *fundraiser* karena mereka akan memberikan paparan secara langsung tentang produk yang ditawarkan oleh organisasi.

d. Menggalang Dana dari Kaum Remaja dan di Sekolah-sekolah

Menggalang dana di sekolah relatif lebih mudah dilakukan karena ada banyak sekolah yang dapat dikunjungi. Anak-anak dan untuk kemudian dijual kepada khalayak. Barang-barang yang dapat dijual misalnya kaos, poster atau kartu ucapan. Organisasi sosial juga bisa membangun kedai amal yang menjual berbagai macam barang kebutuhan pokok lalu kemudian hasilnya digunakan untuk kegiatan-kegiatan sosial.

e. Meminta Sumbangan Besar dan Kampanye Meminta Sumbangan Besar

Organisasi sosial bisa saja mendapat pemberian dalam jumlah yang sangat besar. Namun untuk itu diperlukan rencana yang baik dan juga biaya yang cukup besar. Keuntungan dari mendapatkan sumbangan yang besar adalah naiknya citra organisasi sehingga memengaruhi kepercayaan diri pemimpin dan pekerja juga kepercayaan donatur lain terhadap organisasi.

Young, Wayman & Swaigen (2007) mengungkapkan pula beberapa strategi penggalangan dana seperti penjelasan di bawah ini.

a. Menggalang dana dalam komunitas yang lebih kecil

Bagi organisasi yang berada di kota-kota yang kecil, penggalangan dana dapat dilakukan dalam skala yang lebih kecil di tingkat lokal atau komunitas. Dalam kasus ini, dapat dikumpulkan basis donatur potensial yaitu dari individu-individu yang kaya di komunitas, perusahaan-perusahaan lokal, anak cabang perusahaan besar, industri lokal, dan para anggota pemerintah daerah

b. Surat langsung

Cara ini digunakan untuk mendekati donatur potensial secara personal bukan perusahaan, yayasan atau organisasi. Hal yang perlu disiapkan untuk strategi ini adalah menyiapkan daftar alamat korespondensi, desain surat dan dana pengiriman. Surat langsung merupakan salah satu cara terpopuler tetapi banyak penggalang dana merasa cara ini tidak efektif lagi. Kendati demikian, jika kemasannya bagus, isunya menarik dan waktunya tepat, surat langsung masih bisa mendapatkan respons yang berarti untuk dilakukan. Faktor yang terpenting adalah perkiraan biaya surat menyurat dan presentase keberhasilannya mencapai titik impas dan mereguk keuntungan. *Website* tersebut atau menjalin kerja sama untuk membagi sebagian keuntungan perusahaan yang beriklan.

c. Menggalang dana dari hadiah gratis dan penjualan produk

Sebuah organisasi sosial dapat merancang souvenir untuk kemudian dibagi-bagikan atau dijual kepada masyarakat. Untuk souvenir yang dibagikan gratis, organisasi biasanya tidak memaksa masyarakat untuk membayar tetapi dengan sendirinya masyarakat akan tertarik untuk berdonasi karena mendapatkan souvenir dari organisasi sosial tersebut.

d. Menggalang dana dari pemberian terencana

Contoh dari pemberian terencana adalah warisan. Pemberian terencana adalah komitmen seseorang untuk menyediakan dana di masa mendatang untuk keperluan organisasi. Dalam hal ini, penggalang dana harus mendapat persetujuan tidak hanya dari

donatur tetapi juga keluarga, ahli hukum atau penasehat keuangan donatur.

### 2.2.2. Penggalangan Dana Online

Penggalangan dana *online* adalah salah satu solusi yang populer untuk mengumpulkan dana online dalam jumlah kecil. Penggalangan dana dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai platform menawarkan fungsi penggalangan dana atau patungan sesuai dengan kebutuhan pengguna dan juga dapat diadakan di berbagai platform media *social*.

#### a. Melalui *Website* Resmi

*Website* atau situs diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait di mana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*). Bersifat statis apabila isi informasi *website* tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik *website*. Bersifat dinamis apabila isi informasi *website* selalu berubah-ubah, dan berisi informasi yang bersifat interaktif dua arah dari pemilik serta pengguna *website*. Ada banyak *website* donasi *online* terpercaya yang telah ada saat ini, yaitu:

##### 1. Kitabisa.com

Kitabisa adalah *website* penggalangan dana dan donasi secara *online* yang sudah berdiri sejak tahun 2013. Kitabisa telah menjadi wadah bagi individu, komunitas, organisasi, maupun perusahaan yang sering disebut sebagai #Orangbaik, untuk penggalangan dana dengan membuat halaman donasi *online*. Sebagai platform *online*, Kitabisa.com mengenakan biaya administrasi sebesar 5% dari total donasi di sebuah kampanye, kecuali kampanye bencana alam dan zakat (0% biaya administrasi). Dengan model ini, Kitabisa.com dapat fokus mengembangkan teknologi dan layanan untuk terus mempermudah kegiatan menggalang dana dan donasi di Indonesia dan dunia

## 2. Sharing Happiness atau Rumah Zakat

Kampanye sekaligus gerakan berbagi untuk menyebarkan kebahagiaan ini digagas oleh Rumah Zakat dalam rangka perbaikan sosial kemasyarakatan di setiap Rumah Zakat berada. Komitmen dan ajakan berbagi ini dirangkum menjadi tiga nilai utama melalui fasilitas kemudahan berbagi, orientasi kebahagiaan seluruh *stakeholder*, untuk bersama-sama mewujudkan perbaikan kondisi sosial masyarakat di Indonesia bahkan mancanegara.

## 3. Aksi Cepat Tanggap

Yayasan yang berdiri pada 21 April 2005 telah bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan. Seiring berjalannya waktu, ACT mengembangkan aktivitasnya pada ranah kegiatan tanggap darurat, program pemulihan pasca bencana, pemberdayaan dan pengembangan masyarakat, serta program berbasis spiritual seperti Qurban, Zakat dan Wakaf. ACT memiliki dukungan donatur publik dari masyarakat yang memiliki kepedulian tinggi terhadap permasalahan kemanusiaan dan juga partisipasi perusahaan melalui program kemitraan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## 4. Indorelawan

Indorelawan menjadi salah satu platform donasi *online* yang terinisiasi dari sekelompok orang yang memiliki keinginan menjadi bagian dari usaha dalam membuat Indonesia menjadi lebih baik.

Misinya adalah untuk membuat kolaborasi antara relawan dan komunitas dengan misi sosial menjadi lebih mudah. Bekerja dengan bantuan para donor dan donatur individual untuk menghubungkan organisasi sosial dan relawan. Setiap rupiah yang diberikan memastikan Indorelawan untuk terus memberikan layanan gratis bagi 1122 organisasi sosial dalam menjalankan misinya.

Wujud aksi baiknya dilakukan dalam beragam cara, mulai dari mengajar anak-anak putus sekolah, mengurangi dampak kerusakan lingkungan hingga kampanye hak asasi manusia.

## 5. WeCare.id

*Website* ini dibangun khusus untuk mengumpulkan dana bagi pasien-pasien yang memiliki kemampuan finansial yang terbatas, tinggal di wilayah yang sulit dijangkau, serta belum menjadi peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) atau yang kepesertaannya sudah tidak aktif.

WeCare.id juga bekerja sama dengan dokter-dokter di rumah sakit untuk menghubungkan para calon donatur dengan para pasien sehingga mereka dapat memperoleh pengobatan dan fasilitas pendukung lainnya yang menyeluruh. Mereka sebagai calon donatur dapat melihat daftar dan informasi para pasien sehingga dapat memilih pasien yang ingin dibantu. Calon donatur dapat memberi bantuan dengan menyumbang mulai dari dua puluh lima ribu rupiah. Seluruh transaksi yang dilakukan akan ditampilkan secara transparan di *website* [www.wecare.id](http://www.wecare.id). WeCare.id sangat mengapresiasi dan mendukung program Jaminan Kesehatan Nasional dari BPJS (Badan Penyelenggara jaminan Sosial) dan pemerintah yang mempermudah masyarakat untuk mendapat pelayanan kesehatan yang memadai. Untuk mendukung program JKN yang diselenggarakan pemerintah, WeCare.id juga memfasilitasi individu yang masih memiliki tunggakan iuran kepada BPJS.

## 6. Causes.com

Causes yang merupakan jejaring sosial ini menyediakan *tool* dan layanan untuk individual, (Non Government Organization) NGO, bahkan merek komersial untuk menyuarakan *cause* atau kepedulian terhadap suatu isu dengan fungsi *call-to -action*: menggalang komitmen, menandatangani petisi, dan berdonasi. Causes.com menyediakan layanan lengkap dari *cause marketing* untuk menjangkau target khalayak yang lebih luas lagi.

## 7. DonateYourAccount

DonateYourAccount adalah *tool* di mana individu dapat mendonasikan akun Twitter atau Facebook-nya untuk menyebarkan pesan atau kampanye sosial secara otomatis. Cara kerjanya, NGO



akan membuat campaign dan meminta dukungan dari follower atau fans atau relawan untuk mendonasikan akunya. Selanjutnya, relawan yang tertarik mendonasikan akun Twitter dan/atau Facebook-nya dan memutuskan seberapa sering akan digunakan untuk kampanye.

## 8. Melalui Media Sosial

Di era modern seperti sekarang ini penggunaan *social* media menjadi hal yang wajib bagi masyarakat. Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Banyak sekali kelebihan yang kita peroleh dari penggunaan *social* media sendiri karena dengan adanya *social* media kita dapat lebih mudah menjangkau berita-berita atau informasi terkini yang sedang hangat diperbincangkan. Saat ini *social* media sudah menjadi salah satu wadah untuk mempromosikan produk ataupun jasa dan hal ini sudah menjadi tren dimasyarakat. Dengan poster *online* yang menarik sehingga dapat menarik minat dari masyarakat untuk ikut berdonasi kemudian mempromosikannya secara berkala di *social* media seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, Twitter dan lain sebagainya



**Gambar 1. Platform Media sosial**

(sumber: inkbotdesign.com)

### 2.3. Langkah – Langkah Galang Donasi Online Melalui Media Sosial

Pada program kerja yang akan kami laksanakan kami memiliki terobosan baru yaitu dengan mengadakan penggalangan dana secara *online* melalui *social media*, hal ini kami lakukan mengingat saat ini sedang ada pandemi di mana kita sedang membatasi ruang gerak untuk beraktivitas di luar rumah selain itu kami merasa penggalangan donasi secara virtual ini juga banyak sekali manfaatnya seperti lebih efisien, jangkauannya akan lebih luas dan tentu saja menghemat biaya. Dibalik banyaknya manfaat tersebut kami juga memiliki tantangan yaitu bagaimana kami harus membuat sebuah poster *online* yang menarik sehingga dapat menarik minat dari masyarakat untuk ikut berdonasi dalam program kerja yang kami buat. Selain memperhatikan *design* poster kami, kami juga dituntut untuk selalu mempromosikannya secara berkala sehingga semakin banyak orang yang dapat melihat poster online kami. Dalam penggalangan donasi ini kami dapat menerima sejumlah uang dan juga barang seperti masker atau *handsinitizer* yang tentunya akan sangat berguna bagi masyarakat yang membutuhkan di desa Kramatinggil, Gresik ini.

#### a. Perencanaan

Perencanaan merupakan Langkah yang paling awal dalam kegiatan penggalangan dana ada banyak yang harus direncanakan mulai dari kepada siapa dana tersebut akan diberikan. Bentuk donasi yang diterima dan rentang waktu kegiatan open donasi atau penggalangan dana tersebut.

Pada kegiatan ini kami akan menyalurkan bantuan donasi kepada masyarakat kurang mampu yang terdampak Covid-19 di wilayah Desa Kramatinggil. Untuk bentuk donasi Kami membuka sumbangan berupa uang, *handsanitizer* dan masker. Kampanye open donasi yang kami adakan dimulai pada tanggal 5 Juli hingga 20 Juli 2020.

#### b. Pembuatan Poster

Tahap selanjutnya adalah pembuatan poster. Untuk membuat poster *online* digunakan aplikasi *design* misalnya Coreldraw maupun

Photoshop. Poster Harus Didesain semenarik mungkin agar netizen dapat terdapat untuk membaca poster yang telah dibagikan tersebut. Poster tersebut biasanya berisi judul poster, kalimat ajakan untuk berdonasi, Slogan, narahubung, No rekening yang nantinya digunakan jika ada yang berdonasi berupa uang, dan jenis donasi apa yang akan diterima.



**Gambar 2. Poster Penggalangan Dana.**

c. Membagikan Poster Ke media sosial

Jika Poster sudah selesai dibuat langkah selanjutnya adalah mengunggahnya ke Instagram, Twitter, Facebook ataupun WhatsApp Story. Pastikan membuat *caption* yang menarik yang dapat menggugah hati banyak orang untuk ikut berdonasi. Dalam membagikan poster open donasi tersebut usahakan dilakukan setiap hari. Berikut ini adalah contoh *caption* yang kami gunakan untuk kegiatan open donasi *online*

“[KKN 44 Kramatinggil]

Kami dari KKN 44 UPNVJT membuka kesempatan kepada kalian untuk turut serta berdonasi yang nanti nya akan disalurkan kepada

masyarakat prasejahtera khususnya yang ada di Desa Kramatinggil, Kabupaten Gresik. Donasi dapat berupa uang, masker, hand sanitizer.

Untuk donasi uang dapat disalurkan ke:

- Bank BNI 0552116290 (a.n Sonia Kumuda Puspa)
- Bank BRI 036001054611500 (a.n Cahaya Putri Agustika)
- Dana 0895377255183 (a.n Cahaya Putri Agustika)

Konfirmasi donasi dapat dilakukan melalui whatsapp:

- 082132867003 (Sonia Kumuda Puspa)
- 0895377255183 (a.n Cahaya Putri Agustika)

Sedikit bantuan kalian, akan sangat membantu mereka yang kesulitan. Bukan tentang nominal yang diberikan, tetapi niat ikhlas dan kemanusiaan”.



**Gambar 3. Mengunggah Poster di Instagram**

## 2.4. Pelaksanaan Kegiatan Pembagian Sembako

Saat seluruh dana terkumpul, tim mempergunakannya untuk membeli sembako (beras, minyak, gula, sabun mandi, dan mie instan), *handsanitizer*, dan masker. Kemudian tim akan membagi rata seluruh bantuan tersebut. Kegiatan berlangsung pada tanggal 21 Juli 2020 pukul 16.00 WIB. Warga-warga yang terpilih untuk menerima

bantuan datang dengan menunjukkan surat undangan dan menunjukkannya kepada tim yang sedang bertugas.



**Gambar 4. pelaksanaan pembagian sembako**

### **3. DAFTAR PUSTAKA**

- Alexandria J, dan Handiwidjojo W. (2016). Program bantu sistem penyaluran donasi non tunai berbasis web. *Jurnal Eksplorasi Karya Sistem Informasi dan Sains*.
- Norton, M. (2002). Menggalang Dana: Penuntun bagi LSM dan Organisasi Sukarela di Negara-negara Selatan. Ja-karta: Yayasan Obor Indo-nesia.
- Young, Joyce, Ken W. & John S. (2007). Menggalang Dana untuk Organisasi Nirla-ba. Jakarta: PT. INA PUB-LIKATAMA.
- Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, dan Putri A A. 2019. Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. Vol 17. No.2.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia No.3 Tahun 2008, tentang “ pelaksanaan Bantuan Langsung Tunai untuk rumah tangga sasaran ”*
- Fauzia, H R. 2014. Strategi-Strategi Penggalangan Dana Pada Organisasi Kemanusiaan Berbasis Agama. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*. Jilid 13. No.1.

<https://www.finansialku.com/donasi-online/>