

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Latar Belakang Berdirinya Yayasan Daarut Tauhiid (DT Peduli)

Pendiri Yayasan Daarut Tauhiid KH. Abdullah Gymnastiar. Didirikan pada tanggal 16 Juni 1999 sebagai bagian dari Yayasan Daarut Tauhiid dan bertekad untuk menjadi model Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang amanah, profesional, akuntabel dan terkemuka dengan daerah operasi yang merata.

Lembaga Amil Zakat Nasional Daarut Tauhiid Peduli merupakan lembaga nirlaba yang bergerak di bidang pengelolaan dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Hasil penghimpunan dana ZISWAF tersebut digulirkan kepada penerima manfaat dalam bentuk program pelayanan dan pemberdayaan dalam bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan, dakwah dan sosial kemanusiaan. Kiprah Daarut Tauhiid Peduli ini mendapat perhatian pemerintah, kemudian ditetapkan menjadi Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) sesuai dengan SK Menteri Agama No 257 tahun 2016 pada tanggal 11 Juni 2016 yang diperbaharui dengan SK Menteri Agama No 403 Tahun 2022 pada tanggal 19 April 2022.

b. Visi Dan Misi DT Peduli Kalimantan Selatan

1) Visi

Menjadi Lembaga Pemberdaya yang Mewujudkan Masyarakat Adil, Sejahtera, Mandiri dan Berkelanjutan.

2) Misi

(a). Mengoptimalkan Fungsi Lembaga Zakat sebagai Pusat Pemberdayaan Masyarakat yang Berbasis Nilai-nilai Islam Melalui Peningkatan Kapasitas, Pemenuhan Prinsip Syariah, Transparan, dan Akuntabilitas untuk Menciptakan Perubahan Sosial yang Berkelanjutan.

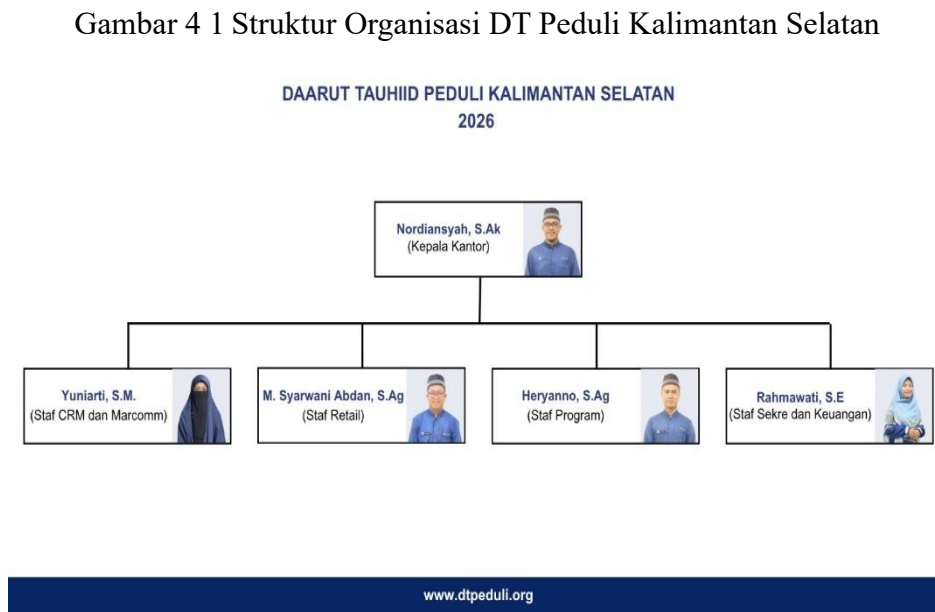
(b). Menyelenggarakan Program Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Dakwah, Ekonomi, Pendidikan, Kesehatan, dan Sosial Kemanusiaan untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Mustahik Menjadi Muzakki.

(c). Memastikan Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat secara Inklusif, Adil, Transparan, Terukur, dan Pemerataan Akses bagi Seluruh Mustahik untuk Mewujudkan Masyarakat yang Sejahtera secara Material dan Spiritual.

(d). Membangun Ekosistem ZISWAF yang Terintegrasi melalui Pemanfaatan Teknologi yang Ramah Lingkungan, Inovasi dan Pengembangan Program, serta Kolaborasi dengan Seluruh Stakeholder di Level Global untuk Meningkatkan Kemandirian Mustahik yang Berkelanjutan.

c. Struktur Organisasi Daarut Tauhiid Kalimantan Selatan

Adapun struktur kantor Daarut Tauhiid Peduli Kalimantan Selatan
Sebagai berikut :



B. Distribusi Jawaban Responden

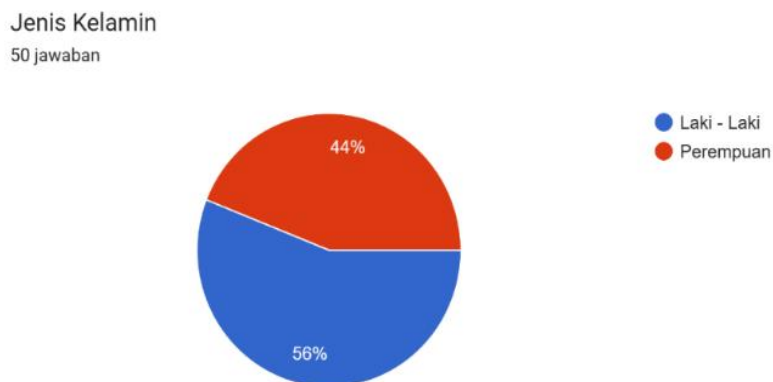
1. Analisis Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 50 orang donatur DT Peduli Kalimantan Selatan pada bulan April 2026 yang dipilih sebagai sampel penelitian. Jumlah sampel tersebut ditetapkan berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin. Dari populasi yang ada diperoleh jumlah sampel sebanyak 47 responden. Namun, untuk meningkatkan representativitas data serta mengantisipasi adanya kuesioner yang tidak memenuhi kriteria atau tidak dapat digunakan, jumlah sampel dibulatkan menjadi 50 responden.

Analisis karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil demografis responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Informasi tersebut penting untuk memahami karakteristik responden sebagai konteks penelitian serta memberikan gambaran mengenai latar belakang responden yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik responden disajikan berdasarkan tingkat pendidikan, jenis kelamin, dan usia.

a. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden



(Sumber data: diolah oleh peneliti).

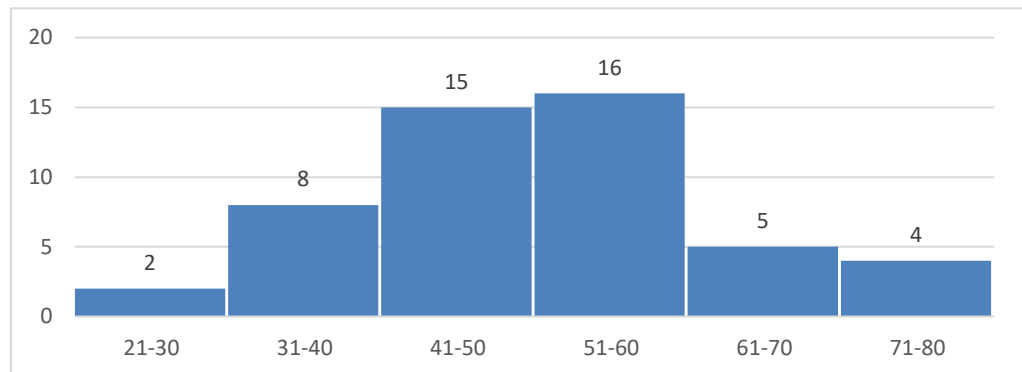
Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditampilkan pada diagram jenis kelamin, diketahui bahwa dari total 50 responden, sebanyak 44% merupakan perempuan, sedangkan 56% lainnya adalah laki-laki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden laki-laki berpartisipasi lebih banyak daripada perempuan.

b. Deskripsi responden berdasarkan usia

Diagram ini menunjukkan seberapa sering responden muncul

menurut kategori berdasarkan usia:

Gambar 4 3 Diagram usia para responden



(Sumber data: diolah oleh peneliti).

Berdasarkan Gambar 4.3, distribusi responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa seluruh responden yang berjumlah 50 orang terbagi ke dalam beberapa kelompok usia. Kelompok usia 51–60 tahun merupakan kategori dengan jumlah responden terbanyak, yaitu 16 orang (32%). Selanjutnya, kelompok usia 41–50 tahun berjumlah 15 orang (30%), diikuti kelompok usia 31–40 tahun sebanyak 8 orang (16%) dan kelompok usia 61–70 tahun sebanyak 5 orang (10%).

Adapun kelompok usia lainnya memiliki jumlah responden yang lebih sedikit, yaitu usia 71–80 tahun sebanyak 4 orang (8%) dan usia 21–30 tahun sebanyak 2 orang (4%). Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia produktif, terutama pada rentang usia 41–60 tahun yang mencapai 62% dari total responden.

c. Deskripsi responden berdasarkan Pendidikan

Tabel 4. 1 Tabel berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentasi (%)
SMP/Sederajat	0	0%
SMA/SMK	12	24%
Diploma (D1/D2/D3)	1	2%
Sarjana (S1)	23	46%
Magister (S2)	11	22%
Doktor (S3)	3	6%
Jumlah	50	100%

Berdasarkan Tabel 4.1, karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan yang beragam. Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan Sarjana (S1), yaitu sebanyak 23 orang (46%) dari total 50 responden. Selanjutnya, responden dengan tingkat pendidikan SMA/SMK berjumlah 12 orang (24%), diikuti Magister (S2) sebanyak 11 orang (22%), Doktor (S3) sebanyak 3 orang (6%), dan Diploma (D1/D2/D3) sebanyak 1 orang (2%). Sementara itu, tidak terdapat responden dengan tingkat pendidikan SMP/ sederajat.

Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan Sarjana (S1), Magister (S2), dan Doktor (S3), yaitu sebanyak 37 orang (74%). Hal ini menunjukkan bahwa penelitian melibatkan responden dengan tingkat

pendidikan yang beragam, dengan dominasi pada jenjang pendidikan tinggi.

2. Deskripsi Variabel dalam Penulisan

Pada penelitian ini , penulis memanfaatkan dua jenis variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), yang selanjutnya akan dibahas berikut ini:

Tabel 4. 2 Variabel Konten Informasi (X)

NO	Keterangan	STS	TS	S	SS
1.	Apakah informasi program donasi yang diposting DT Peduli jelas dan mudah dipahami.			19	31
2.	Konten yang dibagikan DT Peduli lengkap dan memberikan gambaran kegiatan secara menyeluruh.			15	35
3	Konten donasi yang dipublikasikan menarik perhatian saya untuk berdonasi.			21	29
4.	Konten donasi DT Peduli sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menjadi sasaran program.			19	31

Berdasarkan Tabel 4.2, dimensi Konten Informasi diukur melalui empat indikator. Secara umum, seluruh indikator memperoleh tanggapan yang sangat positif karena didominasi oleh jawaban Setuju dan Sangat Setuju.

Pada indikator pertama, yaitu "Informasi program donasi yang diposting DT Peduli jelas dan mudah dipahami", sebanyak 19 responden (38%) menyatakan Setuju dan 31 responden (62%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai

informasi program donasi yang dipublikasikan melalui media sosial DT Peduli disampaikan secara jelas dan mudah dipahami.

Pada indikator kedua, yaitu "Konten yang dibagikan DT Peduli lengkap dan memberikan gambaran kegiatan secara menyeluruh", sebanyak 15 responden (30%) menyatakan Setuju dan 35 responden (70%) menyatakan Sangat Setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa responden menilai konten yang dipublikasikan telah memberikan informasi yang lengkap mengenai kegiatan DT Peduli.

Pada indikator ketiga, yaitu "Konten donasi yang dipublikasikan menarik perhatian saya untuk berdonasi", sebanyak 21 responden (42%) menyatakan Setuju dan 29 responden (58%) menyatakan Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konten donasi yang disajikan mampu menarik perhatian masyarakat untuk berdonasi.

Pada indikator keempat, yaitu "Konten donasi DT Peduli sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menjadi sasaran program", sebanyak 19 responden (38%) menyatakan Setuju dan 31 responden (62%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menilai konten donasi yang dipublikasikan telah sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menjadi sasaran program.

Secara keseluruhan, dimensi Konten Informasi memperoleh penilaian yang sangat baik. Dominasi jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada seluruh indikator menunjukkan bahwa media sosial DT Peduli mampu menyajikan konten yang jelas, lengkap, menarik, dan sesuai dengan

kebutuhan masyarakat, sehingga dapat mendukung penyampaian informasi program donasi secara efektif.

Tabel 4. 3 Kredibilitas & Kepercayaan (X)

NO	Keterangan	STS	TS	S	SS
1.	Informasi yang disampaikan melalui media sosial DT Peduli dapat dipercaya.			18	32
2.	Laporan kegiatan yang diunggah menambah keyakinan saya untuk berdonasi.			18	32
3	DT Peduli terlihat transparan melalui unggahan kegiatan dan penyaluran donasi.			13	37
4.	Saya percaya DT Peduli bertanggung jawab dalam mengelola donasi masyarakat.			15	35

Berdasarkan Tabel 4.3, dimensi Kredibilitas dan Kepercayaan diukur melalui empat indikator. Secara umum, seluruh indikator memperoleh tanggapan yang sangat positif karena didominasi oleh jawaban Setuju dan Sangat Setuju.

Pada indikator pertama, yaitu "Informasi yang disampaikan melalui media sosial DT Peduli dapat dipercaya", sebanyak 18 responden (36%) menyatakan Setuju dan 32 responden (64%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai informasi yang disampaikan melalui media sosial DT Peduli dapat dipercaya.

Pada indikator kedua, yaitu "Laporan kegiatan yang diunggah menambah keyakinan saya untuk berdonasi", sebanyak 18 responden (36%) menyatakan Setuju dan 32 responden (64%) menyatakan Sangat Setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa laporan kegiatan yang dipublikasikan

melalui media sosial mampu meningkatkan keyakinan masyarakat untuk berdonasi.

Pada indikator ketiga, yaitu "DT Peduli terlihat transparan melalui unggahan kegiatan dan penyaluran donasi", sebanyak 13 responden (26%) menyatakan Setuju dan 37 responden (74%) menyatakan Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai DT Peduli telah menerapkan transparansi dalam penyampaian informasi mengenai kegiatan dan penyaluran donasi.

Pada indikator keempat, yaitu "Saya percaya DT Peduli bertanggung jawab dalam mengelola donasi masyarakat", sebanyak 15 responden (30%) menyatakan Setuju dan 35 responden (70%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap tanggung jawab DT Peduli dalam mengelola dana donasi masyarakat.

Secara keseluruhan, dimensi Kredibilitas dan Kepercayaan memperoleh penilaian yang sangat baik. Dominasi jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada seluruh indikator menunjukkan bahwa media sosial DT Peduli mampu membangun kepercayaan masyarakat melalui informasi yang dapat dipercaya, laporan kegiatan yang meningkatkan keyakinan berdonasi, transparansi, serta tanggung jawab dalam pengelolaan donasi.

Tabel 4. 4 Kemudahan Akses (X)

NO	Keterangan	STS	TS	S	SS
1.	Saya mudah mengakses akun media sosial DT Peduli.			29	25
2.	Informasi donasi mudah ditemukan di media sosial DT Peduli.			28	22
3	Media sosial DT Peduli dapat di akses dengan baik melalui perangkat yang saya gunakan.			29	21
4.	Informasi donasi DT Peduli disajikan dengan bahasa yang mudah dipahami.			25	25

Berdasarkan Tabel 4.4, dimensi Kemudahan Akses diukur melalui empat indikator. Secara umum, seluruh indikator memperoleh tanggapan yang sangat positif karena didominasi oleh jawaban Setuju dan Sangat Setuju.

Pada indikator pertama, yaitu "Saya mudah mengakses akun media sosial DT Peduli", sebanyak 29 responden (58%) menyatakan Setuju dan 21 responden (42%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai akun media sosial DT Peduli mudah diakses.

Pada indikator kedua, yaitu "Informasi donasi mudah ditemukan di media sosial DT Peduli", sebanyak 28 responden (56%) menyatakan Setuju dan 22 responden (44%) menyatakan Sangat Setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa informasi donasi yang disampaikan DT Peduli mudah ditemukan oleh masyarakat melalui media sosial.

Pada indikator ketiga, yaitu "Media sosial DT Peduli dapat diakses dengan baik melalui perangkat yang saya gunakan", sebanyak 29 responden (58%) menyatakan Setuju dan 21 responden (42%) menyatakan Sangat

Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial DT Peduli dapat diakses dengan baik melalui berbagai perangkat yang digunakan oleh responden.

Pada indikator keempat, yaitu "Informasi donasi DT Peduli disajikan dengan bahasa yang mudah dipahami", sebanyak 25 responden (50%) menyatakan Setuju dan 25 responden (50%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan dalam penyampaian informasi donasi mudah dipahami oleh responden.

Secara keseluruhan, dimensi Kemudahan Akses memperoleh penilaian yang sangat baik. Dominasi jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada seluruh indikator menunjukkan bahwa media sosial DT Peduli dinilai mudah diakses, informasinya mudah ditemukan, dapat digunakan melalui berbagai perangkat, serta menyajikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami.

Tabel 4. 5 Frekuensi Penggunaan (X)

NO	Keterangan	STS	TS	S	SS
1.	DT Peduli sering mengunggah informasi terkait program donasi.			26	24
2.	Saya sering melihat postingan DT Peduli di media sosial.			30	20
3	Informasi donasi selalu diperbarui secara rutin oleh DT Peduli.			28	22
4.	Frekuensi unggahan DT Peduli membuat saya tidak tertinggal informasi donasi.			26	24

Berdasarkan Tabel 4.5, dimensi Frekuensi Penggunaan diukur melalui empat indikator. Secara umum, seluruh indikator memperoleh

tanggapan yang sangat positif dari responden karena didominasi oleh jawaban Setuju dan Sangat Setuju.

Pada indikator pertama, yaitu "DT Peduli sering mengunggah informasi terkait program donasi", sebanyak 26 responden (52%) menyatakan Setuju dan 24 responden (48%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menilai DT Peduli aktif mengunggah informasi mengenai program donasi melalui media sosial.

Pada indikator kedua, yaitu "Saya sering melihat postingan DT Peduli di media sosial", sebanyak 30 responden (60%) menyatakan Setuju dan 20 responden (40%) menyatakan Sangat Setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sering melihat postingan DT Peduli di media sosial.

Pada indikator ketiga, yaitu "Informasi donasi selalu diperbarui secara rutin oleh DT Peduli", sebanyak 28 responden (56%) menyatakan Setuju dan 22 responden (44%) menyatakan Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai informasi donasi yang disampaikan DT Peduli diperbarui secara rutin.

Pada indikator keempat, yaitu "Frekuensi unggahan DT Peduli membuat saya tidak tertinggal informasi donasi", sebanyak 26 responden (52%) menyatakan Setuju dan 24 responden (48%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa frekuensi unggahan media sosial DT Peduli membantu responden memperoleh informasi donasi secara tepat waktu.

Secara keseluruhan, dimensi Frekuensi Penggunaan memperoleh penilaian yang sangat baik. Dominasi jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada seluruh indikator menunjukkan bahwa DT Peduli secara konsisten memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi program donasi sehingga memudahkan masyarakat memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Tabel 4. 6 Partisipasi Finansial (Y)

NO	Keterangan	STS	TS	S	SS
1.	Saya pernah berdonasi uang untuk program DT Peduli.			42	8
2.	Media sosial membuat saya tertarik untuk berdonasi uang.			34	16
3	Saya bersedia berdonasi uang kembali melalui DT Peduli Kalimantan Selatan			35	15
4.	Informasi donasi di media sosial DT Peduli mendorong saya berdonasi secara rutin.		48	2	

Berdasarkan Tabel 4.6, dimensi Partisipasi Finansial diukur melalui empat indikator. Pada indikator pertama, yaitu "Saya pernah berdonasi uang untuk program DT Peduli", sebanyak 42 responden (84%) menyatakan Setuju dan 8 responden (16%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden pernah melakukan donasi uang melalui DT Peduli Kalimantan Selatan.

Pada indikator kedua, yaitu "Media sosial membuat saya tertarik untuk berdonasi uang", sebanyak 34 responden (68%) menyatakan Setuju dan 16 responden (32%) menyatakan Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan

bahwa media sosial berperan dalam menarik minat masyarakat untuk berdonasi.

Pada indikator ketiga, yaitu "Saya bersedia berdonasi uang kembali melalui DT Peduli Kalimantan Selatan", sebanyak 35 responden (70%) menyatakan Setuju dan 15 responden (30%) menyatakan Sangat Setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki keinginan untuk kembali berdonasi melalui DT Peduli Kalimantan Selatan.

Berbeda dengan tiga indikator sebelumnya, pada indikator keempat, yaitu "Informasi donasi di media sosial DT Peduli mendorong saya berdonasi secara rutin", sebanyak 48 responden (96%) menyatakan Tidak Setuju dan hanya 2 responden (4%) menyatakan Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi di media sosial belum mampu mendorong responden untuk berdonasi secara rutin.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa partisipasi finansial masyarakat cenderung bersifat situasional atau insidental. Meskipun penelitian ini tidak mengukur secara langsung faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berdonasi secara rutin, kondisi tersebut kemungkinan berkaitan dengan faktor ekonomi, prioritas kebutuhan, maupun preferensi masing-masing individu dalam menentukan waktu dan besaran donasi. Dengan demikian, media sosial lebih efektif dalam meningkatkan minat dan mendorong masyarakat untuk berdonasi pada program tertentu daripada membentuk kebiasaan berdonasi secara rutin dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, dimensi Partisipasi Finansial menunjukkan kecenderungan yang positif karena mayoritas responden pernah berdonasi, tertarik berdonasi melalui media sosial, dan bersedia kembali berdonasi melalui DT Peduli Kalimantan Selatan. Namun, rendahnya persetujuan pada indikator donasi rutin menjadi catatan bahwa peningkatan partisipasi berkelanjutan masih memerlukan strategi lain selain pemanfaatan media sosial.

Tabel 4. 7 Partisipasi Material (Y)

NO	Keterangan	STS	TS	S	SS
1.	Saya pernah memberikan bantuan barang kepada DT Peduli.			31	13
2.	Informasi di media sosial membantu saya mengetahui kebutuhan barang yang diperlukan.			30	20
3	Saya bersedia memberikan bantuan barang sesuai kebutuhan program DT Peduli.		4	32	14
4.	Media sosial DT Peduli memudahkan saya menyalurkan bantuan barang.			29	21

Berdasarkan Tabel 4.7, dimensi Partisipasi Material diukur melalui empat indikator. Secara umum, mayoritas responden memberikan jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada setiap indikator, sehingga menunjukkan tingkat partisipasi material yang baik.

Pada indikator pertama, yaitu "Saya pernah memberikan bantuan barang kepada DT Peduli", sebanyak 31 responden (62%) menyatakan Setuju dan 13 responden (26%) menyatakan Sangat Setuju, sedangkan 6 responden (12%) memilih Tidak Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa

sebagian besar responden pernah memberikan bantuan barang kepada DT Peduli sebagai bentuk partisipasi dalam kegiatan sosial.

Pada indikator kedua, yaitu "Informasi di media sosial membantu saya mengetahui kebutuhan barang yang diperlukan", sebanyak 30 responden (60%) menyatakan Setuju dan 20 responden (40%) menyatakan Sangat Setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial DT Peduli berperan dalam memberikan informasi mengenai kebutuhan barang sehingga memudahkan masyarakat untuk memberikan bantuan yang sesuai.

Pada indikator ketiga, yaitu "Saya bersedia memberikan bantuan barang sesuai kebutuhan program DT Peduli", sebanyak 4 responden (8%) menyatakan Tidak Setuju, 32 responden (64%) menyatakan Setuju, dan 14 responden (28%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kesediaan untuk memberikan bantuan barang sesuai dengan kebutuhan program yang dijalankan oleh DT Peduli.

Pada indikator keempat, yaitu "Media sosial DT Peduli memudahkan saya menyalurkan bantuan barang", sebanyak 29 responden (58%) menyatakan Setuju dan 21 responden (42%) menyatakan Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dinilai mampu mempermudah masyarakat dalam menyalurkan bantuan barang kepada DT Peduli.

Secara keseluruhan, dimensi Partisipasi Material memperoleh tanggapan yang positif. Dominasi jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada seluruh indikator menunjukkan bahwa responden memiliki partisipasi

material yang baik serta merasakan manfaat media sosial dalam mendukung penyaluran bantuan barang kepada DT Peduli.

Tabel 4. 8 Partisipasi Moral & Sosial (Y)

NO	Keterangan	STS	TS	S	SS
1.	Saya memberi dukungan moral terhadap kegiatan DT Peduli.			34	16
2.	Saya ikut menyebarkan informasi donasi DT Peduli ke media sosial saya.			36	14
3	Konten DT Peduli membuat saya merasa terdorong untuk membantu sesama.			34	16
4	Saya mengajak orang lain untuk mendukung kegiatan DT Peduli.			33	17

Berdasarkan Tabel 4.8, dimensi Partisipasi Moral dan Sosial diukur melalui empat indikator. Secara umum, seluruh indikator memperoleh tanggapan yang sangat positif dari responden karena didominasi oleh jawaban Setuju dan Sangat Setuju.

Pada indikator pertama, yaitu "Saya memberi dukungan moral terhadap kegiatan DT Peduli", sebanyak 34 responden (68%) menyatakan Setuju dan 16 responden (32%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan dukungan moral terhadap berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh DT Peduli.

Pada indikator kedua, yaitu "Saya ikut menyebarkan informasi donasi DT Peduli ke media sosial saya", sebanyak 36 responden (72%)

menyatakan Setuju dan 14 responden (28%) menyatakan Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden turut berpartisipasi dalam menyebarluaskan informasi donasi melalui media sosial sebagai bentuk dukungan terhadap kegiatan DT Peduli.

Pada indikator ketiga, yaitu "Konten DT Peduli membuat saya merasa terdorong untuk membantu sesama", sebanyak 34 responden (68%) menyatakan Setuju dan 16 responden (32%) menyatakan Sangat Setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan DT Peduli mampu mendorong tumbuhnya kepedulian sosial dan keinginan responden untuk membantu sesama.

Pada indikator keempat, yaitu "Saya mengajak orang lain untuk mendukung kegiatan DT Peduli", sebanyak 33 responden (66%) menyatakan Setuju dan 17 responden (34%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak hanya berpartisipasi secara pribadi, tetapi juga mengajak orang lain untuk mendukung kegiatan sosial yang dilaksanakan oleh DT Peduli.

Secara keseluruhan, dimensi Partisipasi Moral dan Sosial memperoleh penilaian yang sangat baik. Dominasi jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada seluruh indikator menunjukkan bahwa responden memiliki kepedulian sosial yang tinggi serta berpartisipasi aktif dalam mendukung dan menyebarluaskan kegiatan DT Peduli.

Tabel 4. 9 Kepuasan &Kepercayaan (Y)

NO	Keterangan	STS	TS	S	SS
1	Saya percaya bahwa dana donasi dikelola dengan baik oleh DT Peduli.			23	27
2.	Saya merasa aman dan nyaman berdonasi di DT Peduli.			23	27
3	Saya merasa aman dan nyaman berdonasi di DT Peduli.			20	30

Berdasarkan Tabel 4.9, dimensi Kepuasan dan Kepercayaan diukur melalui tiga indikator. Secara umum, seluruh indikator memperoleh penilaian yang sangat baik dari responden karena didominasi oleh jawaban Setuju dan Sangat Setuju.

Pada indikator pertama, yaitu "Saya percaya bahwa dana donasi dikelola dengan baik oleh DT Peduli", sebanyak 23 responden (46%) menyatakan Setuju dan 27 responden (54%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pengelolaan dana donasi oleh DT Peduli.

Pada indikator kedua, yaitu "Saya merasa aman dan nyaman berdonasi di DT Peduli", sebanyak 23 responden (46%) menyatakan Setuju dan 27 responden (54%) menyatakan Sangat Setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa responden merasa aman dan nyaman dalam menyalurkan donasi melalui DT Peduli.

Pada indikator ketiga, yaitu "Saya merasa aman dan nyaman berdonasi di DT Peduli", sebanyak 20 responden (40%) menyatakan Setuju dan 30 responden (60%) menyatakan Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat keyakinan yang sangat tinggi terhadap keamanan dan kenyamanan berdonasi di DT Peduli.

Secara keseluruhan, dimensi Kepuasan dan Kepercayaan memperoleh tanggapan yang sangat positif. Dominasi jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada seluruh indikator menunjukkan bahwa DT Peduli berhasil membangun rasa percaya serta memberikan kenyamanan kepada masyarakat dalam melakukan kegiatan donasi.

C. Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 50 responden sebagai sampel. Uji validitas dilakukan melalui perbandingan antara nilai *Corrected Item-Total Correlation* (r hitung) dan nilai r tabel. Penentuan derajat kebebasan degree of freedom (df) menggunakan rumus $df = n - 2$, sehingga diperoleh Derajat kebebasan (*degree of freedom/df*) diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut: $df = 50 - 2 = 48$. Dengan demikian, taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, maka diperoleh nilai r -tabel sebesar 0,279. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r- Hitung	r- Tabel	Keterangan
X1.1	0,782	0,279	VALID
X1.2	0,634	0,279	VALID
X1.3	0,772	0,279	VALID
X1.4	0,743	0,279	VALID
X2.1	0,519	0,279	VALID
X2.2	0,619	0,279	VALID
X2.3	0,464	0,279	VALID
X2.4	0,334	0,279	VALID
X3.1	0,826	0,279	VALID
X3.2	0,823	0,279	VALID
X3.3	0,872	0,279	VALID
X3.4	0,829	0,279	VALID
X4.1	0,818	0,279	VALID
X4.2	0,730	0,279	VALID
X4.3	0,811	0,279	VALID
X4.4	0,826	0,279	VALID
Y1.1	0,886	0,279	VALID
Y1.2	0,825	0,279	VALID
Y1.3	0,938	0,279	VALID
Y1.4	0,887	0,279	VALID
Y2.1	0,739	0,279	VALID
Y2.2	0,785	0,279	VALID
Y2.3	0,719	0,279	VALID
Y2.4	0,679	0,279	VALID
Y3.1	0,829	0,279	VALID
Y3.2	0,764	0,279	VALID
Y3.3	0,805	0,279	VALID
Y3.4	0,642	0,279	VALID
Y4.2	0,627	0,279	VALID
Y4.3	0,586	0,279	VALID
Y4.4	0,456	0,279	VALID

(Sumber data: Output SPSS 27, data diolah peneliti)

Berdasarkan Tabel 4.10, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Media Sosial (X) memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,279 sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, pada variabel Partisipasi Masyarakat Berdonasi (Y), terdapat satu item pernyataan, yaitu Y4.1, yang memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih kecil dari r tabel sehingga dinyatakan tidak valid dan dikeluarkan dari instrumen penelitian. Dengan demikian, seluruh item pernyataan yang digunakan dalam analisis selanjutnya telah memenuhi kriteria validitas.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana sebuah kuesioner, yang berfungsi sebagai indikator dari suatu variabel atau konstruk, dapat memberikan hasil yang konsisten. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* sebagai ukuran statistik untuk mengevaluasi konsistensi internal antaritem pada setiap variabel.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Jumlah Pernyataan	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
Media Sosial (X)	16	0,852	0,6	Reliabel
Partisipasi Masyarakat Berdonasi (Y)	15	0,893	0,6	Reliabel

(Sumber data: Output SPSS 27, data diolah peneliti)

Pada penelitian ini diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,852 untuk variabel Media Sosial (X) dengan 16 item pernyataan dan 0,893 untuk variabel Partisipasi Masyarakat Berdonasi (Y) dengan 15 item pernyataan. Jumlah item variabel Y sebanyak 15 karena item Y4.1 telah digugurkan pada tahap uji validitas sebelumnya. Kedua Nilai tersebut melebihi batas minimum reliabilitas sebesar 0,60. Dengan demikian, instrumen dapat dinyatakan sangat reliabel. Hasil ini memperlihatkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan sudah baik dan dapat diandalkan dalam mengumpulkan data karena responden memberikan jawaban yang konsisten terhadap seluruh item pernyataan. Oleh karena itu, instrumen penelitian telah memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

c. Hasil Uji Normalitas

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		50	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.66821952
Most Extreme Differences	Absolute		.115
	Positive		.115
	Negative		-.092
Test Statistic		.115	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.097	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.096
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.088
		Upper Bound	.103

(Sumber data: Output SPSS 27, data diolah peneliti)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada Tabel di atas, diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,097. Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas Kolmogorov-Smirnov didasarkan pada nilai signifikansi (*Sig.*). Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data residual dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data residual dinyatakan tidak berdistribusi normal. Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,097 lebih besar daripada 0,05, sehingga data residual pada model regresi dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas sebagai salah satu prasyarat analisis regresi linier sederhana telah terpenuhi sehingga model regresi dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.947	3.637		-2.185	.034
	Media Sosial	.197	.065	.398	3.006	.004

a. Dependent Variable: ABS_RES

(Sumber data: Output SPSS 27 data diolah peneliti).

Hasil uji heteroskedastisitas dengan Uji Glejser pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel Media Sosial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004. Karena nilai Sig. $0,004 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut, pengujian hipotesis selanjutnya dilakukan dengan menggunakan metode *Robust Standard Errors HC3*.

e. Hasil Regresi Linear Sederhana Dengan Robust HC3 dan Uji t (Parsial)

Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji t (Parsial)

Parameter Estimates with Robust Standard Errors						
Dependent Variable: Partisipasi Berdonasi						
Parameter	B	Robust Std. Error ^a	t	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound

Intercept	22.964	6.298	3.646	.001	10.301	35.627
Media Sosial	.457	.117	3.894	.000	.221	.693

(Sumber data: Output SPSS 27 data diolah peneliti).

Berdasarkan Tabel 4.14, hasil pengujian hipotesis menggunakan Robust Standard Errors HC3 menunjukkan bahwa variabel Media Sosial memiliki koefisien regresi (B) sebesar 0,457. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Media Sosial akan meningkatkan Partisipasi Berdonasi sebesar 0,457 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan hubungan searah antara media sosial dan partisipasi berdonasi. Hasil uji t memperoleh nilai t hitung sebesar 3,894 dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Berdonasi di DT Peduli Kalimantan Selatan.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui penyampaian informasi yang mudah diakses dan menjangkau berbagai kalangan. Informasi mengenai program, kegiatan, dan ajakan berdonasi yang disampaikan secara konsisten dapat meningkatkan perhatian masyarakat serta mendorong keputusan untuk berpartisipasi. Hal ini sejalan dengan Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers yang menjelaskan bahwa media komunikasi yang efektif mempercepat penyebaran informasi sehingga

masyarakat mengenal, memahami, dan akhirnya memutuskan untuk mengadopsi suatu tindakan, dalam hal ini berdonasi.

Dalam konteks DT Peduli Kalimantan Selatan, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun hubungan dengan masyarakat dan para donatur melalui penyampaian informasi yang terbuka dan mudah dipahami. Dokumentasi kegiatan, laporan penyaluran bantuan, serta informasi mengenai program kemanusiaan yang dipublikasikan secara konsisten dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk berpartisipasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas media sosial tidak hanya ditentukan oleh intensitas penyampaian informasi, tetapi juga oleh kualitas komunikasi yang informatif, konsisten, dan transparan. Pengelolaan media sosial yang baik dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berdonasi di DT Peduli Kalimantan Selatan.

f. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.474 ^a	.225	.209	3.706

(Sumber data: Output SPSS 27 data diolah peneliti).

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,225. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Media Sosial mampu menjelaskan sebesar 22,5% variasi Partisipasi Berdonasi di DT Peduli Kalimantan Selatan, sedangkan 77,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Meskipun berpengaruh signifikan, hasil ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat untuk berdonasi tidak hanya dipengaruhi oleh media sosial, tetapi juga oleh berbagai faktor lainnya.

Variasi sebesar 77,5% tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat kepercayaan terhadap lembaga, motivasi untuk membantu sesama, kondisi ekonomi, pengalaman berdonasi, dan tingkat kepedulian sosial masyarakat. Faktor-faktor tersebut tidak dianalisis dalam penelitian ini sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

Bagi DT Peduli Kalimantan Selatan, temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial perlu didukung dengan transparansi pengelolaan dana, peningkatan kualitas komunikasi dengan donatur, dan penguatan kredibilitas lembaga. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun kepercayaan masyarakat dan meningkatkan partisipasi berdonasi secara berkelanjutan.

D. Pembahasan Hasil

1. Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Masyarakat Berdonasi di DT Peduli Kalimantan Selatan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 50 responden donatur DT Peduli Kalimantan Selatan, diketahui bahwa variabel Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Berdonasi. Hasil analisis regresi linier sederhana dan uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin optimal pemanfaatan media sosial oleh DT Peduli Kalimantan Selatan, semakin tinggi pula partisipasi masyarakat dalam mendukung program-program donasi.

Di era digital, media sosial menjadi sarana komunikasi yang efektif karena mampu menyebarkan informasi secara cepat, luas, dan mudah diakses dibandingkan media konvensional. Melalui media sosial, masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai program donasi tanpa harus datang langsung ke lembaga. Penyampaian informasi yang jelas, lengkap, dan menarik membantu meningkatkan pemahaman, membangun kepercayaan, serta mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan donasi.

Selain sebagai media informasi, media sosial juga berperan dalam meningkatkan kesadaran sosial melalui dokumentasi penyaluran bantuan, laporan kegiatan, testimoni penerima manfaat, dan infografis. Konten tersebut menunjukkan dampak nyata dari donasi sehingga mendorong masyarakat untuk berdonasi dan mengajak orang lain melakukan hal yang

sama. Interaksi melalui komentar maupun tanggapan dari pengelola juga mempererat hubungan antara lembaga dan donatur sehingga meningkatkan loyalitas dan rasa memiliki terhadap kegiatan sosial yang dijalankan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers.⁶¹ Menurut teori tersebut, informasi lebih mudah diterima apabila disampaikan melalui media komunikasi yang efektif. Dalam penelitian ini, media sosial berfungsi sebagai saluran komunikasi yang menyebarkan informasi mengenai program donasi sehingga mendorong masyarakat melalui tahapan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, hingga konfirmasi untuk berdonasi.

Temuan ini juga mendukung pendapat Kaplan dan Haenlein bahwa media sosial merupakan platform berbasis internet yang memfasilitasi interaksi dan pertukaran informasi.⁶² Dalam konteks DT Peduli Kalimantan Selatan, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga memperkuat hubungan dengan donatur. Hasil penelitian ini turut sejalan dengan penelitian Marhusin dan Taharuddin serta Khaulah Azkarillah dan Sekartaji yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat untuk berdonasi melalui peningkatan jangkauan informasi dan kepercayaan publik.⁶³

⁶¹ Rogers, *Diffusion of Innovations*, 5th Edition.

⁶² Kaplan dan Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media."

⁶³ Marhusin dan Taharuddin, "Pengaruh Social Marketing Terhadap Keputusan Berdonasi Yang Di Mediasi Oleh Kepercayaan Donatur Pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Kalimantan Selatan."

Dalam perspektif Manajemen Dakwah, pemanfaatan media sosial merupakan bentuk dakwah kontemporer yang memanfaatkan teknologi informasi untuk menyampaikan pesan-pesan kebaikan. Melalui media sosial, ajakan berdonasi tidak hanya bertujuan menghimpun dana, tetapi juga menanamkan nilai kepedulian, solidaritas, dan tanggung jawab sosial.

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat berdonasi di DT Peduli Kalimantan Selatan. Semakin baik kualitas informasi, kredibilitas, kemudahan akses, dan pengelolaan media sosial, semakin besar pula peluang meningkatnya partisipasi masyarakat dalam mendukung program-program sosial dan kemanusiaan.

2. Implikasi Praktis Pemanfaatan Media Sosial bagi DT Peduli Kalimantan Selatan

Hasil penelitian ini menunjukkan implikasi praktis bahwa media sosial perlu terus dikembangkan sebagai strategi untuk membangun hubungan dengan masyarakat dan meningkatkan partisipasi donatur. Keberhasilan media sosial dalam memengaruhi keputusan berdonasi menunjukkan bahwa pengelolaan platform digital perlu menjadi perhatian utama DT Peduli Kalimantan Selatan.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kualitas konten yang informatif, menarik, dan mudah dipahami. Penyajian informasi mengenai penghimpunan dana, penyaluran bantuan, serta laporan penggunaan dana secara berkala dapat meningkatkan transparansi dan memperkuat kepercayaan masyarakat. Selain itu, pemanfaatan berbagai fitur

media sosial, seperti video pendek, siaran langsung, infografis, dan cerita inspiratif penerima manfaat, dapat membuat informasi lebih menarik dan menjangkau berbagai kalangan, khususnya generasi muda.

Interaksi aktif dengan masyarakat juga perlu ditingkatkan melalui respons yang cepat terhadap pertanyaan atau komentar pengguna. Komunikasi dua arah ini dapat membangun loyalitas sehingga mendorong masyarakat untuk berdonasi secara berkelanjutan. Di samping itu, DT Peduli Kalimantan Selatan perlu melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas media sosial melalui analisis jangkauan konten, interaksi, dan keterlibatan pengguna agar strategi komunikasi dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Dengan demikian, keberhasilan penggalangan donasi tidak hanya ditentukan oleh pemanfaatan media sosial, tetapi juga oleh transparansi, komunikasi yang efektif, dan evaluasi yang berkelanjutan. Kombinasi aspek-aspek tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat serta mendorong partisipasi donasi dalam jangka panjang.

3. Sejauh Mana Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Berdonasi di DT Peduli Kalimantan Selatan?

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,225 yang menunjukkan bahwa media sosial mampu menjelaskan 22,5% variasi partisipasi masyarakat dalam berdonasi di DT Peduli Kalimantan Selatan, sedangkan 77,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa media sosial memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan partisipasi masyarakat, namun bukan merupakan satu-satunya faktor yang memengaruhi keputusan berdonasi. Perilaku berdonasi dipengaruhi oleh berbagai aspek psikologis, ekonomi, sosial, dan religius.⁶⁴

Beberapa faktor yang berpotensi memengaruhi partisipasi masyarakat antara lain tingkat religiusitas, tingkat pendapatan, kepercayaan terhadap lembaga pengelola donasi, pengalaman berdonasi sebelumnya, serta lingkungan sosial. Individu dengan religiusitas yang tinggi cenderung lebih terdorong untuk berdonasi, sementara tingkat pendapatan memengaruhi kemampuan finansial untuk memberikan donasi. Selain itu, kepercayaan terhadap pengelolaan dana yang amanah, transparan, dan tepat sasaran, pengalaman donasi yang positif, serta dukungan dari keluarga, teman, komunitas, maupun tokoh masyarakat juga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat. Dalam hal ini, media sosial berperan sebagai sarana penyebaran informasi yang memperkuat pengaruh faktor-faktor tersebut.⁶⁵

Meskipun kontribusi media sosial hanya sebesar 22,5%, hasil ini menunjukkan bahwa media sosial tetap menjadi faktor penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Di era digital, media sosial menjadi aset strategis bagi lembaga filantropi untuk memperluas jangkauan donatur

⁶⁴ Nur Sabrina Hasan dkk., “Motivasi Donatur Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Implementasi Teori Herzberg, Alderfer, Dan McClelland Pada Lembaga Filantropi,” *Taraadin: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 6, no. 1 (2025): 81–96.

⁶⁵ Intan Purnama Sari dan Ferry Tema Atmaja, “Dari Informasi ke Donasi: Bagaimana Konten di Media Sosial Mempengaruhi Niat Donasi di Platform Amal Online? Peranan Rasa Syukur Sebagai Moderasi,” *JWM (JURNAL WAWASAN MANAJEMEN)* 14, no. 1 (2026): 1–13.

dan membangun hubungan dengan masyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan penggalangan donasi tidak hanya bergantung pada pemanfaatan media sosial, tetapi juga didukung oleh transparansi, kualitas pelayanan, kredibilitas lembaga, dan kepercayaan masyarakat agar partisipasi berdonasi dapat terus meningkat secara berkelanjutan.⁶⁶

4. Kontribusi Penelitian terhadap Pengembangan Kajian Filantropi Digital

Penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan kajian mengenai filantropi digital, khususnya terkait pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat berdonasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah membuka peluang baru bagi lembaga filantropi untuk Menjangkau masyarakat secara lebih luas dan optimal.⁶⁷

Temuan penelitian ini juga memberikan gambaran Bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi instrumen yang mampu memengaruhi perilaku sosial masyarakat.⁶⁸ Melalui penyebaran Informasi yang dapat diakses secara cepat dan mudah, media sosial dapat mendorong terbentuknya kepedulian sosial yang pada akhirnya diwujudkan dalam bentuk partisipasi masyarakat

⁶⁶ Muhamad Roozika Sunandila, "Pengaruh Kualitas Layanan (Kemudahan Donasi, Daya Tarik Kampanye, Kecepatan Respons dan Informativitas Media Sosial) terhadap Kepercayaan Donatur YBM BRILiaN," *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* 6, no. 2 (2026): 841–55.

⁶⁷ Deva Arta Nola dkk., "Peran Media Digital Dalam Managemen Lembaga Filantropi Di Era Generasi Z," *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2026): 61–75.

⁶⁸ Ahmad Rafiq, "Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat," *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 3, no. 1 (2020): 18–29.

pada kegiatan donasi.⁶⁹

Dengan demikian, penelitian ini dapat Menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang membahas hubungan antara teknologi komunikasi, media sosial, dan perilaku filantropi masyarakat pada era digital.

⁶⁹ Yani Widyantari, “Peran Komunikasi Digital Dalam Memperkuat Solidaritas Sosial Melalui Instagram Sebar Sedekah Squad Surabaya,” *Integrative Perspectives of Social and Science Journal* 2, no. 07 Desember (2025): 9120–31.