

# FILANTROPI PEMUDA

Altruisme dan CSR di Indonesia



Yuliana Rakhmawati

YULIANA RAKHMAWATI

---

# ***Filantropi Pemuda: Altruisme Dan CSR Di Indonesia***



### *Penerbit KBM Indonesia*

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku

**FILANTROPI PEMUDA:  
ALTRUISME DAN CSR DI INDONESIA**

*Copyright @2025 by Yuliana Rakhmawati*

All rights reserved

**KARYA BAKTI MAKMUR (KBM) INDONESIA**

Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia)

**NO. IKAPI 279/JTI/2021**

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

**081357517526 (Tlpn/WA)**

**Penulis**

Yuliana Rakhmawati

**Desain Sampul**

Aswan Kreatif

**Tata Letak**

Ara Caraka

**Editor Naskah**

Dr. Prasetyono, S.E., M.Si., Ak.

15 x 23 cm, viii + 276 halaman

Cetakan ke-1, Mei 2025

**ISBN 978-634-202-360-0**

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit

Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di  
DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau

Memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini

Tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

**Website**

<https://penerbitkbm.com>

[www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)

**Instagram**

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

**Email**

[naskah@penerbitkbm.com](mailto:naskah@penerbitkbm.com)

**Distributor**

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

**Youtube**

Penerbit KBM Sastrabook

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

#### **Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

- (i) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (ii) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (iii) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (iv) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).



---

## PENGANTAR PENULIS

---

**D**alam laporan “Kajian diagnostik pemetaan lembaga filantropi pendukung riset” pada tahun 2017 didapatkan pola potensi dan kontribusi entitas sektor ketiga dalam aktivitas filantropi. Kegiatan yang diinisiasikan oleh Bapennas, Knowledge Sector Initiatives, Australian Government, dan PIRAC menemukan bahwa motif lembaga filantropi pendukung riset belum memberi dampak dan *impact* optimal kepada publik. Beranjak dari kondisi tersebut, diperlukan pendekatan baru agar tercipta masyarakat filantropi yang lebih mendukung riset dan memberi kontribusi pada pengembangan masyarakat serta keberpihakan pada kepentingan publik.

Mengapa filantropi menjadi penting untuk dikembangkan? bahkan mengikutinya dengan diseminasi pesan untuk menjadikannya bagian dari aktivitas keseharian. Bayangkan ketika sekian waktu yang lalu sampai kemudian Galileo dan para astronom diberbagai belahan dunia membantu para teman penjelajah untuk melakukan ekspedisi bumi bulat, masih terdapat pendapat mainstream bahwa bumi itu datar (Jon Duschinsky). Meskipun kemudian memasuki akhir abad kedua puluh pendapat bumi bulat kembali menyeruak. Bagaimana hubungan antara bentuk bumi dengan filantropi?

Secara langsung mungkin tidak ada, tetapi dalam bagian dinamika konstelasi sistem maka filantropi harus siap juga dengan perubahan-perubahan disekitarnya. Filantropi tradisional mayoritas dilakukan dengan mekanisme karitas

langsung. Tetapi dengan berkembangnya demografi dan preferensi publik (baik donatur maupun pencari informasi filantropi) maka mulai bermunculan lembaga-lembaga yang secara eksklusif menangani filantropi. Lembaga-lembaga filantropi tersebut mempunyai ragam latar belakang seperti keagamaan, swadaya masyarakat, atau kumpulan dari entitas yang peduli pada filantropi. Ternyata filantropi masih tidak terbendung dan berkembang menjadi bagian dari obligasi perusahaan komersil melalui etika bisnis.

Karl Mutch dkk (2014) dalam bukunya “Charity and Philanthropy For Dummies” menyebutkan bahwa filantropi adalah paspor untuk membantu pihak lain. Potret bantuan dapat diberikan dalam bentuk pemberian langsung, bertindak spontan atau dengan desain pemberian, memberi untuk kepentingan jangka pendek atau jangka panjang, identifikasi masalah dan menemukan lembaga filantropi yang tepat untuk menyelesaikan, atau secara konsisten terlibat dalam aksi tindak lanjut berbagi harapan, dan energi serta menjadi positif untuk orang lain. Meskipun Lindsay McGoy (2018) menyebut filantropi sebagai “pemberian yang tidak gratis” dalam perspektif kinerja perusahaan komersil.

Dalam konteks praktis memberi tersebut, filantropi dilekatkan dengan filosofi moral. Dimana menurut Lawrence A Blum (1994) ketika sebagian besar filosofi moral kontemporer berhubungan dengan rasionalitas, universalitas, imparialitas, dan prinsip maka kajian Blum lebih mendekati altruisme (filosofi moral) dalam kaidah agensi moral psikologis. Sebagai agensi moral maka altruisme berisi emosi, motivasi, penilaian, identifikasi kelompok, dan menyandingkannya dengan kapasitas fisik untuk berkontribusi kepada kehidupan moral yang lebih baik.

Niall Scott and Jonathan Seglow (2007) menyebut altruisme sebagai sebuah konsep yang sederhana. Tetapi mengapa dalam motif dan praktik menjadi sesuatu yang lebih rumit?. Membincang altruisme maka akan bergerak menjadi pembuktian atas konsep moral tersebut. Dalam perkembangannya, altruisme sebagai landasan filosofi moral “membutuhkan” praktis perilaku sebagai pertanggungjawaban konatif. Disebut sebagai aksi moral oleh Robert L Payton dalam “Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission” (2008), filantropi adalah bentuk dari praktik altruisme. Filantropi menjadi tindakan kesukarelawanan untuk kepentingan publik. Dalam praktiknya, filantropi dianggap mampu menjadi jawaban ketika “things go wrong”, menjadi alternatif respon pada problem kemanusiaan.

Filantropi dengan perkembangannya dari praktik tradisional pemberian menjadi lebih integratif dengan pelibatan beragam entitas termasuk pemuda didalamnya tidak terlepas dari konstruksi pemahaman akan altruisme. Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang secara aktif sudah mempraktikkan altruisme dan menjadikannya sebagai bagian dari aktivitas keseharian. Bagaimana kemudian altruisme dapat berkembang menjadi aktivitas yang terlembagakan dalam bentuk filantropi? baik dalam konteks filantropi individu, lembaga, maupun sebagai praktik *triple bottom line* dari obligasi korporasi.

Pemuda merupakan entitas yang secara aktif terlibat sebagai agen perubahan. Mendekati pemuda dalam beragam konsep biologis, psikologis, maupun sebagai bonus demografis (di Indonesia) akan membutuhkan literatur yang memadai. Mengapa pemuda menjadi entitas yang mampu terlibat aktif dalam filantropi?. Johanna Wyn dan Rob White (1997) menempatkan pemuda sebagai karakter yang mampu

berkembang secara menakjubkan dalam beragam lingkungan, meskipun tetap memiliki berbagai prioritas dan perspektif yang berbeda. Di negara industri, ketersediaan pekerjaan untuk para pemuda menjadi isu dalam restrukturisasi ekonomi. Untuk sebab itu maka pada tahun 1990an para pemuda merasa “termiskinkan”. Tetapi bagaimana mekanisme para pemuda dan pemudi dalam menegosiasikan masa depan ternyata dipengaruhi oleh konteks budaya dan kondisi nasional. Perbedaan konteks lingkungan ini turut memberikan kontribusi pada pemberian posisi dan kesempatan yang dimiliki pemuda dalam masyarakatnya dihubungkan dengan kesejahteraan dan kemiskinan.

Neil Howe dan William Strauss dalam “Millennial Rising” menyebutkan generasi ini sebagai *the next great generation*. Dengan karakteristik yang khas, peran dan kontribusi para pemuda milenial dalam isu-isu dan tugas-tugas kemanusiaan semakin membentang. Generasi yang dilengkapi dengan akses pada perkembangan teknologi dan informasi (Diana G. Oblinger and James L. Oblinger, 2005). Dalam konteks aktivitas filantropi maka diperlukan pendekatan yang inovatif untuk menggandeng generasi ini untuk terlibat aktif dan mendukung tercapainya visi masyarakat filantropis. Helmut K. Anheier (2007) merangkum beragam tulisan tentang inisiasi filantropi strategis dalam konteks lokal, regional, maupun dalam perspektif global.

Buku ini mencoba untuk menyajikan altruisme dalam beragam konsep dan perspektif baik dalam dimensi teoretis, metodologis, maupun praktis. Bagian pertama akan dominan menyajikan altruisme sebagai landasan pemahaman tentang bekerja untuk kebahagiaan orang lain. Dalam bab ini juga disampaikan tentang altruisme sebagai objek formal dari disiplin ilmu sosial, psikologi, ekonomi, maupun biologi evolusioner.

Beragam perspektif dari berbagai disiplin ilmu diharapkan memberikan wawasan yang mencukupi tentang konsep altruisme. Bagian kedua dari buku ini berisi tentang wacana lanjut dari altruisme yaitu filantropi. Beberapa konsep tentang filantropi, elemen-elemen, dan protokol yang mendasarinya disajikan dengan mengambil konteks praktis di Indonesia. Praktik filantropi di Indonesia terbentang dalam berbagai bentuk. Mulai dari filantropi individu, berbagai lembaga filantropi, serta filantropi perusahaan dengan program CSR. Kajian terkait filantropi di Indonesia sekaligus disampaikan dalam bagian kedua tersebut.

Mendekati semakin berkembangnya filantropi dengan pelibatan dan melibatkan pemuda menjadi perhatian juga dalam buku ini. Konsep, program, dan inisiasi kegiatan filantropi pemuda dapat ditemukan dalam bagian ketiga buku ini. Sedangkan bagian keempat secara khusus memberikan beberapa contoh implementasi filantropi pemuda yang dilakukan oleh para pemuda Indonesia. Peran strategis pemuda Indonesia dalam filantropi dilakukan dengan mengambil beragam bentuk kegiatan. Berawal dari kepedulian dan kesadaran akan isu-isu sosial disekitarnya pemuda Indonesia bergerak dan secara aktif menjadi bagian dari solusi pada beragam masalah sosial.

Diharapkan dengan hadirnya buku “Filantropi Pemuda: Altruisme dan Milenial di Indonesia” ini mampu menjadi bagian dari rujukan bukan hanya pada peminat tema-tema altruisme dan filantropi pemuda, serta para penggiatnya melainkan juga berbagai disiplin lain. Beberapa tema dalam buku ini dapat menjadi wawasan dan literatur tambahan untuk peminat kajian *corporate social responsibility* (CSR), ekonomi manajemen dengan etika bisnis dan konsep *triple bottom line*, hubungan masyarakat (PR) dalam merancang program pemberdayaan, pemerhati

tema-tema kesejahteraan sosial, komunikasi terkait dengan desain pesan filantropi, *marketing communication* untuk peminatan pengembangan perusahaan rintisan (*startup*), kewirausahaan pada bisnis berbasis *socialenterprises*, dan kepada semua entitas yang mempunyai kepedulian kepada masa depan.

Selamat membaca dan berfilantropi.

Bangkalan, Februari 2025

Yuliana Rakhmawati

---

# DAFTAR ISI

---

PENGANTAR PENULIS \_\_\_\_\_ i

DAFTAR ISI \_\_\_\_\_ vii

## BAGIAN 1

ALTRUISME DAN FILANTROPI \_\_\_\_\_ 1

## BAGIAN 2

POTRET FILANTROPI DI INDONESIA \_\_\_\_\_ 85

## BAGIAN 3

FILANTROPI DAN PEMUDA \_\_\_\_\_ 155

## BAGIAN 4

FILANTROPI PEMUDA : MILENIAL DAN

KEDERMAWANAN \_\_\_\_\_ 225

EPILOG FILANTROPI PEMUDA: HISTORITAS, PERKEMBANGAN,

DAN TANTANGAN MASA DEPAN \_\_\_\_\_ 269

PROFIL PENULIS \_\_\_\_\_ 275



---

## PROFIL PENULIS

---



**Yuliana Rakhmawati**, menyelesaikan studi strata satu komunikasi massa Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) sekaligus strata dua pada almamater yang sama. Menempuh program doktoral Ilmu Komunikasi dari Universitas Padjadjaran Bandung (2012). Staf pengajar pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura. Tertarik dan berminat pada kajian seputar teori komunikasi, filantropi, media baru, dan komunikasi antarpribadi. Aktif menulis artikel yang dimuat dalam prosiding internasional, jurnal terakreditasi, *book chapter*, dan buku referensi. Beberapa artikel seperti: Batik Madura: Heritage Cyberbranding, Hibriditas New Media Komunikasi Dan Homogenisasi Budaya, The Muslim Show: Soft Contra" Labeling" Melalui Media Sosial, Gaduhan: Madurese Traditional Cattle Sharing Program In Economic And Social Persepctive, Studi Media Filantropi Online: Pergeseran Altruisme tradisional-Karitas Menuju Filantropi Integratif, Komunikasi Fatik Komunitas Public Speaking Dalam Persuasi Kompetensi Komunikasi, AIMI JATIM: Motherhood Philanthropy Dalam Era Budaya Digital, Reading "Mukidi": Discourse Representation In Indonesia's New Media Platform, Kastrasi Frekuensi Publik: Media Literacy Era Budaya Populer,

Diaspora Filantropi Tukang Cukur Madura, Green Advertising:  
Triple Bottom Line in Indonesia's Green Advertisement, dan  
sebagainya.

Dapat berkoresponden melalui [yuliana.r@trunojoyo.ac.id](mailto:yuliana.r@trunojoyo.ac.id).