

CELEBRITY PHILANTHROPY: KEDERMAWANAN MUSLIM KELAS MENENGAH DI INDONESIA

Kirana Nur Lyansari*✉

*Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Indonesia
E-mail: kirana.lyansari@walisongo.ac.id

Abstract

This article describes the phenomenon of celebrities involvement in Islamic philanthropy in Indonesia. The author focuses on Peggy Melati Sukma, a celebrity figure who had hijrah (spiritual transformation). She was actor, host and model. However, after hijrah, she was committed to focus on managing Islamic philanthropic. The data of this article are collected from Peggy Melati Sukma's autobiography books, social media observations (netnography) and joined Peggy Melati Sukma's taklim offline. To analyze this phenomenon, the author uses qualitative research with narrative analysis method. This article finds that celebrity philanthropy tends to take advantage of the Islamic market momentum, combined of piety, happiness and satisfaction, as well as fashion. In contrast to other philanthropic institutions that utilize cultural capital, celebrity philanthropy emphasizes the celebrity popularity or their images to gain the trust of the public. Furthermore, celebrity philanthropy is an alternative choice among the other philanthropic institutions. This research contributes to the Islamic philanthropy discussion in Indonesia, specifically celebrity involvement.

Keywords: Covid-19; Philanthropy; Islamic Market; Piety; Celebrity.

✉Corresponding author:

Email Address: kirana.lyansari@walisongo.ac.id

Received: May 11, 2023; Accepted: June 26, 2023; Published: June 30, 2023

Copyright © 2023 Kirana Nur Lyansari

DOI: [10.22373/al-ijtimaiyyah.v9i1.17871](https://doi.org/10.22373/al-ijtimaiyyah.v9i1.17871)

Abstrak

Artikel ini mendeskripsikan fenomena keterlibatan selebriti dalam kegiatan filantropi Islam di Indonesia. Penulis fokus melihat satu figur selebriti hijrah yaitu Peggy Melati Sukma. Dia sebelumnya berprofesi sebagai pemain sinetron, pembawa acara juga model. Namun setelah hijrah, ia berkomitmen untuk fokus mengelola kegiatan filantropi Islam. Data di artikel ini dikumpulkan dari buku-buku autobiografi, observasi media sosial (netnografi) dan mengikuti taklim Peggy Melati Sukma secara offline. Untuk menganalisis fenomena ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis naratif. Artikel ini menemukan bahwa filantropi selebriti cenderung memanfaatkan momentum pasar Islam, bentuk kombinasi antara kesalehan, kebahagiaan dan kepuasan, juga fesyen. Berbeda dengan lembaga filantropi lainnya yang memanfaatkan modal kultural, filantropi selebriti lebih menonjolkan kepopuleran *figure* atau *image* selebriti untuk mendapat kepercayaan dari masyarakat. Selain itu, keberadaan filantropi selebrity menjadi pilihan alternatif di antara lembaga filantropi lainnya. Penelitian ini berkontribusi menambah diskusi tentang filantropi Islam di Indonesia, secara khusus mengenai keterlibatan selebriti.

Kata Kunci: Covid-19; Filantropi; Pasar Islam; Kesalehan; Selebriti.

PENDAHULUAN

Artikel ini membahas bagaimana Peggy Melati Sukma, seorang selebriti hijrah dalam menyelenggarakan kegiatan sosial kemanusiaan transnasional. Profil Peggy, selain sebagai penceramah, ia juga mengklaim dirinya sebagai aktivis sosial-kemanusiaan Islam, khususnya untuk Palestina. Ia membangkitkan semangat kedermawanan di kalangan kelas menengah perkotaan dengan motif keagamaan dalam rangka merespon isu-isu kesejahteraan, keadilan sosial, kemandirian umat Islam pada umumnya dan perempuan pada khususnya. Setelah hijrah, tepatnya di tahun 2014 Peggy berkomitmen untuk fokus dalam dunia dakwah Islam, ‘mewaqafkan diri’ terutama untuk membantu Palestina.¹

Studi yang ada mengenai kegiatan filantropi Islam di Indonesia cenderung melihat kegiatan kedermawanan yang dikoordinasi oleh organisasi-organisasi keagamaan besar seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, juga lembaga lain seperti BAZNAS, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa, LazisMu juga LazisNu, PKPU dan Aksi Cepat Tanggap (ACT).²

¹Peggy Melati Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*, (Jakarta: Penerbit Noura Books, 2017).

²Hilman Latief, *Melayani Umat: Filantropi Islam dan Ideologi Kesejahteraan Kaum Modernis*, 2017; Hilman Latief, *Politik Filantropi Islam di Indonesia: Negara, Pasar, dan Masyarakat Sipil*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013); Ulfa Junidar, “Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam (Studi Terhadap PKPU dan

Dari lembaga-lembaga tersebut, topik yang sering didiskusikan yakni mengenai pemberdayaan ekonomi umat, keadilan ekonomi, pembangunan sosial, pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat.³

Topik-topik tersebut berkaitan dengan bagaimana Islam merekomendasikan seorang Muslim untuk memberikan zakat, infaq dan sedekah kepada fakir miskin baik dalam rangka ibadah sekaligus relasi sosial kemanusiaan. Dalam dua tahun terakhir, kegiatan kedermawanan serupa menjadi solusi yang diharapkan agar dapat membantu sesama ketika kondisi ekonomi sulit akibat pandemi Covid-19.⁴ Sementara itu, studi mengenai keterlibatan selebriti dalam filantropi Islam masih sangat terbatas. Oleh karena itu, artikel ini dapat berkontribusi menambah diskusi baru terkait keterlibatan selebriti dalam filantropi Islam di Indonesia.

Banyak selebriti Indonesia yang berpartisipasi bahkan terlibat langsung dalam kegiatan sosial kemanusiaan. Beberapa selebriti tersebut antara lain Raisa Andriana, Andien Aisyah, Vidi Aldiano, Chicco Jerikho dan Luna Maya. Saat merayakan ulang tahun, mereka mendedikasikan *crowdfunding* untuk membantu orang-orang dalam masalah kesehatan, pendidikan, dan pemberdayaan. Beberapa di antaranya menggunakan *platform* Kitabisa.com atau melalui yayasan untuk penggalangan dana.⁵ Selain nama selebriti tersebut, ada juga selebriti yang secara khusus aktif dalam kegiatan sosial kemanusiaan Islam misalnya Astri Ivo, Neno Warisman, Oki Setiana Dewi, Pipik Dian Irawati dan Peggy

Rumah Zakat di Indonesia),” *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam* 2, No. 2 (2020): 190–218; Yulia Puspitasari Gobel, “Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 dengan Mengkombinasikan Model Filantropi Islam dan NDEAS Model,” *Jurnal Tabarru’ : Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2020): 209–23; Fitra Rizal and Haniatul Mukaromah, “Filantropi Islam Solusi Atas Masalah Kemiskinan Akibat Pandemi Covid-19,” *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 3, No. 1 (2021): 35–66.

³Latief, *Melayani umat*; Hilman Latief, “Agama dan Pelayanan Sosial: Interpretasi dan Aksi Filantropi Dalam Tradisi Muslim dan Kristen di Indonesia,” *Jurnal Religi* IX, no. 2 (2013): 174–89; Hilman Latief, “Islamic Charities and Social Activism: Welfare, Dakwah, and Politics in Indonesia” (Belanda, Utrecht University, 2012); Amelia Fauzia, “Penolong Kesengsaraan Umum: The Charitable Activism of Muhammadiyah during the Colonial Period,” *South East Asia Research* 25, No. 4 (December 2017): 379–94, <https://doi.org/10.1177/0967828X17740458>; Amelia Fauzia, “Islamic Philanthropy in Indonesia: Modernization, Islamization, and Social Justice,” *Austrian Journal of South-East Asian Studies* 10, no. 2 (2017): 223–36.

⁴Rizal and Mukaromah, “Filantropi Islam Solusi Atas Masalah Kemiskinan Akibat Pandemi Covid-19”; Sjafiatul Mardiyah et al., “Filantropi Sembako Untuk Masyarakat Terdampak Covid-19,” *Jurnal Abdimas Bela Negara* 1, no. 2 (2020); Junidar, “Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam (Studi Terhadap PKPU dan Rumah Zakat di Indonesia)”; Gobel, “Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Mengkombinasikan Model Filantropi Islam Dan NDEAS Model.”

⁵Alya Karamina Alven and Lidwina Mutia Sadasri, “Relasi Antara Filantropi Melalui Crowdfunding Dengan Nilai Selebritas,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16, No. 1 (2019): 41–56.

Melati Sukma.⁶ Namun, artikel ini fokus melihat figur Peggy Melati Sukma. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, alasan memilih Peggy dalam penelitian ini karena ia telah berkomitmen untuk mengelola kegiatan sosial kemanusiaan Islam, bahkan ia mendirikan organisasi sendiri dengan nama Khadijatee Foundation dan Komunitas Akhwat Bergerak.

Bulck dalam bukunya menjelaskan bahwa selebriti terlibat dalam tren sosiopolitik sebagai dermawan dan aktivis. Hal tersebut merupakan akibat dari berkurangnya kepercayaan masyarakat terhadap politisi dalam kegiatan sosial. Masyarakat cenderung mengikuti selebriti favorit mereka dibandingkan politisi. Dengan mengikuti logika media, sosok baru dan terkenal lebih banyak disorot untuk menarik perhatian. Sementara itu, filantropi selebriti mulai populer dalam 20 tahun terakhir di mana perkembangan masyarakat lebih menonjol pada marketisasi dan korporatisasi. Selebriti menempati posisi sebagai agen yang mendukung pemasaran filantropi. Tanpa disadari, hal tersebut mengakibatkan adanya kapitalisme dan budaya konsumsi, selebriti menjadi *endorser*. Para pengikut tidak hanya melihat diri selebriti tetapi juga segala hal yang berkaitan dengan selebriti tersebut, yang dapat digunakan dan yang dapat dikonsumsi.⁷

Dengan demikian, kehadiran figur selebriti sangat signifikan karena dapat memperkuat nilai-nilai yang diusung dan kepercayaan dari publik. Kondisi ini semakin kuat apabila berada di dalam konteks masyarakat kelas menengah yang cocok dengan budaya selebriti. Oleh karena itu, penting untuk melihat bagaimana selebriti memiliki peran yang cukup signifikan dalam mempopulerkan kegiatan filantropi Islam di Indonesia dan menjangkau masyarakat Muslim kelas menengah.

METODE PENELITIAN

Artikel ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis naratif. Dalam metode analisis naratif terdapat tiga jenis pendekatan yaitu tematik, struktural dan performatif. *Pertama*, pendekatan tematik fokus menelaah konten cerita. Peneliti melihat tentang ‘apa’ yang diceritakan kemudian ditafsirkan melalui tema yang sedang diteliti. *Kedua*, pendekatan struktural yang fokus melihat pada ‘bagaimana’ suatu

⁶Editorial team, “5 Artis Anggun Yang Hijrah Menjadi Ustazah, Serius Syiarkan Agama,” May 18, 2020, <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/artis-anggun?page=all>. Diakses 19 Januari 2023.

⁷Hilde van den Bulck, *Celebrity Philanthropy and Activism: Mediated Interventions in the Global Public Sphere*, (London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2018).

narasi disampaikan. Dengan kata lain, pendekatan struktural melihat lebih luas pada komponen sebuah narasi. *Ketiga*, pendekatan performatif berfokus pada konteks sebuah narasi seperti 'siapa', 'kapan', 'mengapa' dan tujuan sebuah narasi diceritakan.⁸ Penulis menggunakan kombinasi tiga pendekatan tersebut untuk menganalisis fenomena selebriti dan filantropi.

Penulis mengumpulkan data secara *online* dan *offline*. Data *online* berupa foto, *caption*, komentar, serta tagar diperoleh melalui observasi *online* (netnografi) pada akun media sosial Peggy Melati Sukma, akun Akhwat Bergerak, Khadijatee Foundation dan akun lain yang terkait. Sementara data *offline* diperoleh melalui observasi partisipatif dalam beberapa majelis taklim di Kota Solo dan Yogyakarta yang menghadirkan Peggy sebagai penceramah. Selain itu, penulis juga mendapat data dari buku autobiografi Peggy berjudul *Kun Fayakun, Menembus Palestina* (2019) yang menceritakan kegiatan-kegiatan filantropinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peggy Melati Sukma: Selebriti dan Duta Filantropi

Kegiatan Peggy sebagai aktivis sosial telah berlangsung lama sebelum ia berhijrah. Peggy sering mengangkat isu perempuan dan anak dalam misi sosial. Sepanjang tahun 2000-2001, Peggy telah bekerja sama dengan lembaga pemerintah, organisasi sosial dan perusahaan-perusahaan di bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Beberapa kegiatan yang pernah Peggy lakukan seperti membantu korban bencana tsunami Aceh tahun 2004 dan gempa di Yogyakarta tahun 2006. Kegiatan sosial Peggy juga mencapai kancah internasional, misalnya pada tahun 2006 Peggy ditunjuk oleh Menteri Pemberdayaan Perempuan Indonesia sebagai perwakilan Indonesia di forum PBB untuk membahas undang-undang tentang perlindungan perempuan.⁹ Komitmen Peggy membantu Palestina disebabkan adanya rasa bersalah, ia sudah lama aktif di kegiatan sosial namun tidak terlibat aktivitas apapun untuk membantu Palestina. Ia menganggap bahwa rakyat di Palestina adalah saudara sesama Muslim yang perlu dibantu.¹⁰ Oleh karena itu, untuk mengatasi rasa

⁸Michael Bamberg, "Narrative Analysis: An Integrative Approach," in *Qualitative Analysis: Eight Approaches for the Social Sciences*, (London: SAGE Publications, 2020), 243-264.

⁹Peggy Melati Sukma, Debbie S Suryawan, and Nana I Lystiani, *Peggy Melati Sukma: My Life, My Hijab*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).

¹⁰Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*.

bersalah Peggy membuat program-program bantuan sosial kemanusiaan bekerja sama dengan berbagai pihak untuk membantu Palestina.

Keterlibatan Peggy dalam kegiatan filantropi Islam dimulai saat acara Fashion Muslim di Jakarta tahun 2013. Acara tersebut dihadiri oleh beberapa lembaga sosial Islam. Saat itu Peggy bertemu dan berkenalan dengan perwakilan NGO berbasis Islam Dompot Dhuafa. Perkenalan Peggy dan Dompot Dhuafa menghasilkan hubungan kerja sama. Dompot Dhuafa menjadikan Peggy sebagai duta filantropi dan sering diundang untuk memberikan inspirasi hijrah.¹¹ Hubungan kerja sama keduanya masih berlangsung hingga sekarang. Perlu diketahui bahwa sebelum kerja sama tersebut terbentuk, Peggy telah memiliki tiga yayasan kemanusiaan dan 4 perusahaan, namun semuanya dibubarkan karena menurut Peggy bertentangan dengan norma Islam. Oleh karena itu, untuk menyelenggarakan kegiatan kemanusiaan yang baru Peggy memerlukan dukungan dari lembaga yang telah stabil dan terpercaya seperti Dompot Dhuafa.¹²

Selain Dompot Dhuafa, Peggy juga menggandeng lembaga filantropi Aksi Cepat Tanggap (ACT) untuk lebih mendapatkan dukungan dan kepercayaan publik. Menurut Peggy, kerja sama yang dilakukannya sangat berpengaruh dalam proses pengumpulan sedekah-donasi. Sejak kerja sama terjalin, Peggy mulai menginisiasi dua program antara lain gerakan Amazing Muslimah dan gerakan Cinta Dunia Islam. Gerakan Amazing Muslimah yaitu bebas buta aksara Al-Qur'an melalui pelatihan baca Al-Qur'an yang tidak memungut biaya. Sedangkan gerakan Cinta Dunia Islam yakni distribusi paket sembako ke Palestina. Peggy membuat dua program tersebut dengan pertimbangan bahwa pengalamannya di dalam kegiatan sosial sudah berjalan sejak lama, ia ingin kemampuannya tersebut juga berguna untuk agama. Untuk merealisasikan keinginan tersebut, Peggy menyusun strategi untuk mengumpulkan sedekah-donasi dari masyarakat.¹³

Peggy menyelenggarakan program Bebas Buta Aksara Al-Qur'an karena alasan bahwa Al-Qur'an adalah faktor penting dan utama dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Berkenaan dengan proses hijrahnya, Peggy ingin berjuang meninggikan kalam Allah, ia mulai berusaha mendekatkan diri pada Al-Qur'an. Dalam pelaksanaan program ini, Peggy

¹¹Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*, hlm. 10-11.

¹²Eva F Nisa, "Networking Humanity: Women, Piety and Philanthropy," *Middle East Insight* Mei Insight, No. 198 (2019): 1-9.

¹³Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*, hlm. 98-99.

bekerja sama dengan seorang ustaz bernama Fatih Karim. Ustaz Fatih Karim adalah pemimpin lembaga pelatihan baca Al-Qur'an dengan metode cepat. Kerja sama keduanya bermula saat ustaz Fatih memperhatikan perjalanan hijrah Peggy hingga tertarik dengan pengalaman yang dialaminya. Tidak lama setelah itu, ustaz Fatih Karim dan Peggy memutuskan untuk berkolaborasi dalam dakwah.¹⁴ Pada awal tahun 2019, program Bebas Buta Aksara Al-Qur'an telah tersebar di 23 titik di seluruh Indonesia dengan jumlah penerima manfaat 10.000 peserta perempuan (karena program diutamakan untuk perempuan).¹⁵

Terkait program gerakan Cinta Dunia Islam (bantuan untuk Palestina), setiap tahun Peggy dan Dompot Dhuafa bekerja sama menyalurkan 1.000 paket sembako dan bantuan lainnya kepada warga Palestina di Tepi Barat. Selain membantu Palestina, gerakan Cinta Dunia Islam dibentuk dengan tujuan membantu dunia Muslim pada umumnya seperti Suriah dan Rohingya (jika diperlukan). Terlepas dari sikap (politik) dan kebijakan pemerintah Indonesia terhadap Palestina, Peggy memutuskan membantu Palestina secara mandiri dengan tetap memenuhi peraturan yang berlaku sehingga ia sering mengurus surat-surat perizinan menyalurkan bantuan.¹⁶ Sementara dengan ACT, Peggy bekerja sama sejak tahun 2014 dan menjalankan program serupa.

Kegiatan aktivisme keagamaan selebriti sebagaimana Peggy merupakan fenomena global. Di Eropa, selebriti seperti David Attenborough bekerja sama dengan organisasi kemanusiaan dan menjadi juru bicara untuk mengkampanyekan keadilan. Hal serupa juga dilakukan oleh organisasi ternama seperti UNICEF, yang banyak berkerja sama dengan Siwon Choi, Angelina Jolie, Emma Watson, Rita Ora dan selebriti lainnya. Selain itu, ada juga selebriti yang memilih untuk berperan dalam pengelolaan yayasan intern, misalnya Roger Federer, David Beckham, dan Andre Agassi melalui yayasan amal di bidang olah raga.¹⁷ Mengutip Weber, selebriti dalam fenomena ini memiliki karakter kharismatik, yaitu karakter yang diciptakan oleh media komersial, bersifat lebih simbolis, sedikit material, dan memiliki sesuatu yang membangkitkan karisma sehingga menyebabkan daya tarik

¹⁴Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*, hlm. 106-107.

¹⁵Nisa, "Networking Humanity: Women, Piety and Philanthropy".

¹⁶Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*.

¹⁷Catherine Palmer, "Charity, Social Justice and Sporting Celebrity Foundations," *Celebrity Studies*, November 15, 2019, 1-16, <https://doi.org/10.1080/19392397.2019.1691029>.

khalayak.¹⁸ *Image* selebriti digunakan untuk mendorong ketertarikan publik terhadap kegiatan penggalangan dana sosial kemanusiaan.

Ward dalam bukunya menyebutkan bahwa selebriti merupakan *a mediated individual* atau individu yang dimediasi, sehingga selebriti menempati posisi fundamental untuk memahami bagaimana media beroperasi di tengah masyarakat kontemporer. Representasi dan konsumsi media baik media sosial, majalah, film, televisi, bahkan musik berputar di lingkungan para selebriti. Dengan demikian selebriti memiliki akses terhadap pemasaran trans-global produk budaya.¹⁹

Khadijatee Foundation *feat* Akhwat Bergerak dan Aksi di Masa Pandemi Covid-19

Sebagai penceramah baru setelah hijrah, Peggy memanfaatkan kepopulerannya untuk menginisiasi yayasan keislaman yang bergerak di bidang filantropi bernama Khadijatee Foundation. Yayasan ini bertujuan menjadi penyalur sedekah-donasi dari masyarakat Muslim kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Tidak hanya itu, Peggy juga menginisiasi sebuah komunitas perempuan hijrah bernama Akhwat Bergerak (AB). Peggy menggandeng teman-teman selebriti lain baik sesama selebriti hijrah muallaf, maupun rekan lainnya pendukung dakwah untuk bergabung dalam AB. Mereka yang menjadi anggota tetap antara lain Ummi Pipik²⁰, Dian Irawati, Ustazah Nevy A. Nanlohy²¹, Bunda Arlina Saliman²², Ustazah Dina Qayima²³, Ustazah Diana Arum²⁴, Dewi Sandra²⁵, Dhini Aminarti, Terry Putri²⁶, Tere²⁷, Aisha Maharani²⁸, Camila Voice²⁹ yang terdiri dari Dea Mirela, Tika Ramlan, dan Sinta Tanjung. Peggy dan teman-temannya sering menyelenggarakan dakwah *roadshow* di berbagai daerah.

¹⁸Stewart M. Hoover, "Religious Authority in the Media Age," in *The Media and Religious Authority* (Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2016), 15–35.

¹⁹Pete Ward, *Celebrity Worship, Media, Religion and Culture*, (London; New York: Routledge, 2020).

²⁰Istri almarhum Ustaz Jefri Al-Buchori.

²¹Seorang mantan pendeta dan pejabat di Lembaga Alkitab Indonesia Pusat.

²²CEO Institut Fundraising Indonesia dan pembina Akhwat Bergerak di bidang kemanusiaan.

²³Influencer Muslimah di Yogyakarta.

²⁴Seorang hafidzah 30 juz dan pembina Rumah Tahfidz Quran An-Nashr Semarang.

²⁵Mantan penyanyi yang berhijrah.

²⁶Mantan presenter dan pemain sinetron yang berhijrah

²⁷Seorang penyanyi yang menjadi muallaf.

²⁸Mantan pegawai di LPPOM MUI (1999-2012), senior konsultan halal di LBB Intl, dan founder @Halalcorner.

²⁹Grup penyanyi perempuan yang dibuat setelah hijrah, yang memiliki tujuan berdakwah melalui musik.

Bagian ini akan memaparkan bagaimana Peggy membuat narasi-narasi untuk mengumpulkan sedekah donasi dan program bantuan yang dilakukan selama pandemi Covid-19. Peggy mengutip dalil agama untuk menarik hati jamaah supaya mau berpartisipasi dalam program sedekahnya. Salah satunya hadits mengenai keutamaan menolong mukmin lain, sebagai berikut:

“Barang siapa melepaskan satu kesusahan seorang mukmin, pasti Allah akan melepaskan darinya satu kesusahan pada hari kiamat. Barang siapa menjadikan mudah urusan orang lain, pasti Allah mudahkan urusannya dunia dan akhirat. Barang siapa menutup aib seorang Muslim pasti Allah tutupi aibnya di dunia akhirat. Allah senantiasa menolong hamba Nya selama hamba itu suka menolong saudaranya... Barang siapa lambat amalannya maka tidak akan dipercepat kenaikan derajatnya.” (HR. Muslim Nomor 2699).³⁰

Dari dalil tersebut, Peggy memberikan narasi tambahan sebagaimana berikut ini:

“Dalam keadaan yang sudah amat sulitnya, Gaza mesti berjuang menghadapi pandemi. Tidak ada listrik, air bersih, rumah sakit (minim), bombardir terus menerus. Jamaah, apakah kita tega membiarkan mereka menghadapi kesusahan itu dan kita hanya jadi pendengar kabar? Jamaah, yang kita lakukan mungkin tak dapat menyentuh seluruh kebutuhan atau selesaikan masalah. *Laa quwwata illa billah*. Tapi insya Allah kita tunjukkan di hadapan Allah, di mana posisi kita di tengah kebatilan dan kezoliman ini. Dan jamaah, yakinlah, dengan sedekah, akan ada yangeringankan beban penderitaannya, dengan izin Allah, dan semoga amalan kita jadi penolong di hari penghisaban nantinya. Aamiin. Mari sedekah mengejar berkah.”³¹

Tulisan yang diunggah di Instagram tersebut menunjukkan bagaimana kemampuan Peggy membuat narasi tentang kondisi sulit yang dialami rakyat Palestina, apalagi saat pandemi. Ia ingin menggugah kesadaran jamaah supaya bersedia membantu atau sekedar meringankan penduduk di Gaza. Sama halnya dengan kegiatan penggalangan sedekah-donasi untuk program yang lain, Peggy juga menggunakan dalil agama. Misalnya hadits tentang keutamaan sedekah kepada yatim dan dhuafa, hadits mengenai keutamaan hari Jumat, juga hadits keutamaan menyayangi dan menghormati orang lain. Di Palestina, Peggy membuat 4 program bantuan antara lain pelatihan baca Al-Qur’an, sekolah disabilitas, bantuan pasca melahirkan dan berbagi makanan selama bulan Ramadhan. Program-program ini secara rutin dimonitoring oleh Peggy sendiri.

³⁰<https://www.instagram.com/p/CFQhHptJ-58/>.

³¹https://www.instagram.com/p/CE_wa0DJ3sH/.

Selain untuk Palestina, Peggy juga membuat program bantuan untuk wilayah Jakarta dan sekitarnya. Khadijatee Foundation (selanjutnya disingkat KF) juga mengumpulkan donasi berupa bantuan alat pelindung diri dan makanan bagi petugas kesehatan; menyediakan peralatan kebersihan di masjid; dan juga menyediakan suplai makanan untuk membantu masyarakat terdampak Covid-19.



Gambar 1. Program yang dijalankan Peggy selama pandemi Covid-19.

KF dapat membantu menyediakan makanan di beberapa rumah sakit seperti RSUD Dr. Cipto Mangunkusumo; RS Persahabatan; RS Infeksi Sulianti Saroso; RSUD Duren Sawit; RSUD Kramat Jati; RSUD Matraman; RSUD Pasar Minggu dan RSUD Kebayoran Lama. KF juga membagikan paket hand sanitizer kepada masyarakat dan membantu penyemprotan disinfektan di sekolah dan masjid. Foto-foto di atas adalah dokumentasi aksi pelaksanaan program bantuan bencana oleh Khadijatee Foundation dan Akhwat Bergerak.

Kasus Peggy yang memobilisasi sedekah kolektif ini menunjukkan bahwa motif agama dapat menjadi sebuah kekuatan untuk tujuan tertentu misalnya sosial-kemanusiaan.³² Praktik ini tidak hanya ditemukan dalam agama Islam tetapi juga Kristen, Katholik, Hindu dan lainnya di berbagai negara. Nilai penting di dalam praktik kesalehan ini adalah keyakinan bahwa sedekah merupakan ekspresi dedikasi kepada Tuhan. Berdasarkan keyakinan tersebut, orang mau dan sukarela melakukan sedekah. Melalui sedekah, individu ingin menjadi Muslim yang taat dan saleh.

³²Hilman Latief, "Marketizing Piety through Charitable Work: Islamic Charities and the Islamization of Middle-Class Families in Indonesia," in *Religion and the Morality of the Market*, ed. Daromir Rudnyckyj and Filippo Osella, 1st ed. (Cambridge University Press, 2017), 196–216, https://www.cambridge.org/core/product/identifier/CBO9781316888704A019/type/book_part; Latief, "Islamic Charities and Social Activism: Welfare, Dakwah, and Politics in Indonesia."

Sedekah Bahagia: Menjangkau Pasar Islam

Selama menjalani proses hijrah, Peggy menulis 7 buku autobiografi. Salah satu dari bukunya berjudul *Kujemput Engkau di Sepertiga Malam*. Buku tersebut berhasil diselesaikan Peggy dalam waktu 5 setengah hari dengan tebal 400 halaman dan terbit pada awal tahun 2014. Saat itu, buku masih berada dalam proses distribusi, namun pihak penerbit telah menerima pesanan *online* via BBM sebanyak 1.000 buah hanya dalam waktu satu minggu. Melihat antusias masyarakat yang tinggi dan tanpa melalui jalur toko buku, Peggy berinisiatif untuk menjadikan bukunya sebagai jalan untuk menggalang sedekah donasi.

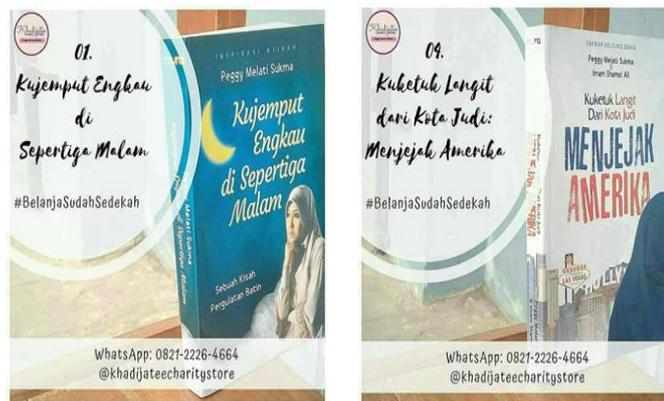
Melihat respon baik masyarakat terhadap bukunya hingga sudah beberapa kali cetak ulang, Peggy merasa bukunya dapat menghasilkan donasi cukup banyak. Akhirnya, Peggy mendapat ide membuat bukunya menjadi ‘barang sedekah’, atau biasa disebutnya dengan ‘*charity product*’. Peggy menyatakan hal ini di tulisannya sebagai berikut:

“Saya pun menyampaikan kepada pihak penerbit, bahwa saya ingin terus berikhtiar menggalang sedekah dengan buku ini. Saya meminta penerbit untuk rutin mencetak ulang, sekaligus memberikan potongan harga tambahan kepada saya, sehingga saya mendapatkan selisih yang lebih besar”.³³

Berdasarkan pernyataan tersebut, benar bahwa Peggy menjual bukunya dengan harga Rp. 30.000,- lebih tinggi daripada harga toko buku. Seluruh hasil dari penjualan disalurkan untuk program bantuan ke Jalur Gaza, sedangkan modal tetap dikembalikan kepada penerbit.

Dari strategi di atas, Peggy mengembangkannya lagi. Apabila jamaah memberi sedekah Rp. 100.000 maka akan mendapatkan buku Peggy yang sudah ditandatangani. Cara ini cukup berhasil karena banyak jamaah yang membeli buku Peggy. Dalam satu aksi, jamaah mendapatkan tiga hal sekaligus relasi idola-fans, buku inspirasi, dan mendapat pahala sedekah-donasi. Cara ini lebih mudah diterima segmen masyarakat kelas menengah dan kaum muda karena tren kekinian dan tidak membosankan seperti sebelumnya. Dahulu jamaah bersedekah dengan cara memasukkan ke kotak infaq atau memberikan secara langsung ke masjid atau panti asuhan.

³³Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*, hlm. 136.



Gambar 2. Paket sedekah buku oleh Peggy.

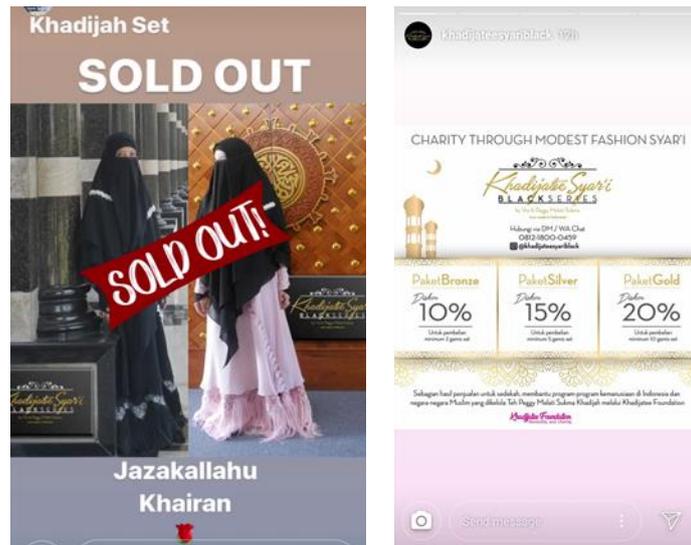
Dengan pengembangan strategi ini, *fundraising* program Jalur Gaza yang dilakukan oleh Peggy sejak Agustus 2014 telah mencapai target pada bulan Mei 2015. Dalam waktu 9 bulan, Peggy dapat mengumpulkan dana untuk membiayai dua program yakni bantuan persalinan di Gaza dan bebas buta aksara Al-Qur'an.

Strategi Peggy yang lain muncul secara tidak sengaja. Awalnya ada jamaah yang menanyakan brand fesyen yang dikenakan Peggy. Jamaah ingin memakai busana Muslimah seperti yang dikenakan Peggy, khimar yang panjang syari. Pertanyaan tersebut membuat Peggy menemukan ide baru. Ia berencana untuk menggunakan produk khimarnya untuk menggalang sedekah-donasi. “*Insyallah jamaah happy*”, begitulah kalimat yang diungkapkan oleh Peggy atas rilis produk jilbabnya. Ia bermaksud menyenangkan orang yang bersedekah, “*Dengan sekali sedekah, dia (jamaah) dapet jilbab dua warna, atau bolak balik, warna polos dan bercorak*”. Hari pertama penjualan 50 jilbab Peggy habis. Ada juga jamaah yang menambah pesanan 10-20 jilbab. Dalam satu bulan, Peggy berhasil memproduksi dan menjual jilbab sekitar 500 buah.³⁴ Mekanisme yang digunakan Peggy serupa dengan sedekah buku. Harga modal khimar dikembalikan kepada produsen untuk diputar dan produksi lagi. Sedangkan laba penjualan digunakan Peggy untuk dua kegiatan yakni operasional gerakan dakwah keliling (*roadshow*) dan program bantuan untuk Palestina.³⁵

5 tahun terakhir Peggy telah menjual produk brand miliknya sendiri, ‘Khadijatee Syar’i’. Promosi dilakukan di akun Instagram miliknya. Dalam promosi tersebut disebutkan bahwa keuntungan sebesar 10%, 15% dan 20% (tergantung jenis produk) akan dialokasikan untuk donasi.

³⁴Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*, hlm. 140.

³⁵Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*, hlm. 137.



Gambar 3. Produk charity Khadijatee Syari Black, belanja sudah sedekah.

Gambar di atas adalah contoh produk gamis Khadijate Syar'i. Bagi jamaah Peggy (yang didominasi perempuan), 'belanja' memiliki makna lebih daripada nilai kesejahteraan. Peluang inilah yang diambil oleh Peggy. Melalui penjualan paket-paket sedekah sebagaimana dijelaskan di atas, Peggy mendapat keuntungan profit dan pada saat yang sama juga 'merasa' berhasil berdakwah dengan mengajak orang lain sedekah dan menagajak menggunakan jilbab syar'i.

3 tahun terakhir Peggy aktif mempromosikan gerakan sedekah di Instagram yang dipelopori oleh yayasannya sendiri, Khadijatee Foundation. Peggy secara rutin mengunggah dokumentasi-dokumentasi dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan, sebagaimana ditunjukkan oleh gambar berikut:



Gambar 4. (Kiri) Surat ucapan terima kasih untuk donatur, (Kanan) Program penggalangan sedekah Peggy yang telah memenuhi target.

Gambar (kiri) merupakan surat dari Peggy untuk memberikan ucapan terima kasih kepada Bunda Linda Gusti, Koordinator Akhwat Bergerak wilayah Merangin atas donasi sebesar 18 juta rupiah untuk 6 ekor kambing Qurban yang akan diberikan kepada Muslim Rohingya di Aceh. Sedangkan gambar (kanan) adalah contoh laporan dokumentasi yang diunggah di Instagram bahwa penggalangan sedekah donasi untuk 100 paket bantuan makanan saat pandemi telah selesai.

Produk-produk sedekah yang diinisiasi Peggy seperti yang diuraikan di atas berupa buku, jilbab, gamis dan aksesoris merupakan bentuk komoditas agama. Para konsumen yang membelinya selain mendapat barang juga dianggap telah menjalankan kegiatan ibadah, dalam hal ini bersedekah. Peggy berusaha mengakomodasi keinginan jamaah yang ingin hijrah menjadi Muslim taat dan baik dengan tetap mengikuti budaya modern (belanja). Kegiatan ini cocok dengan lingkungan dakwah Peggy yang didominasi oleh kelas menengah di mana sedekah telah menjadi simbol dari sebuah kesalehan.³⁶

Konsep kedermawanan sebagaimana yang diinisiasi Peggy menunjukkan model sedekah berbasis pasar, yakni mengkombinasikan antara kesalehan, kebahagiaan dan kepuasan (dari belanja), juga fesyen. Mengenakan pakaian syar'i dianggap sebagai cara mengekspresikan secara fisik dari kesalehan batin. Dengan demikian, *image* kesalehan menjadi suatu hal yang perlu diciptakan dan dipelihara.³⁷ Karakter seperti ini dapat dilihat di dalam model-model dakwah populer seperti komunitas Yuk Ngaji atau Pemuda Hijrah.³⁸ Akibatnya, praktik ini memunculkan kesalehan yang berorientasi ibadah dan pada saat yang sama juga menganggap penting simbol. Memperhatikan penampilan pakaian dan hijab tidak hanya dalam fungsi praktis tetapi juga fungsi estetis: keindahan dan tren kekinian. Pada tahap ini Islam tidak lagi dapat dilihat sebatas doktrin agama, tetapi telah meluas menyatu dengan pasar dan menjadi gaya hidup (*the way of life*).³⁹

³⁶Mona Atia, *Building A House in Heaven: Pious Neoliberalism and Islamic Charity in Egypt* (London: University of Minnesota Press, 2013).

³⁷Saba Mahmood, *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject* (Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2005).

³⁸Syafiq Hasyim, "New Contestation in Interpreting Religious Texts: Fatwa, Tafsir, and Shariah," in *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia*, ed. Norshahril Saat and Ahmad Najib Burhani (Singapore: ISEAS Publishing, 2020), 48–63.

³⁹Atia, *Building A House in Heaven: Pious Neoliberalism and Islamic Charity in Egypt*; Najib Kailani, "Creating Entrepreneurial and Pious Muslim Subjectivity in Globalised Indonesia," in *Rising Islamic Conservatism in Indonesia*, ed. Leonard C Sebastian, Syafiq Hasyim, and Alexander R. Arifianto (London & New York: Routledge, 2020).

Sementara konsep *Sedekah Bahagia* yang diinisiasi Peggy penting untuk memahami bagaimana praktik-praktik beragama dikemas dalam dunia pasar. Fenomena serupa juga terdapat terjadi pada figur Ustaz Yusuf Mansyur. Praktik sedekah menjadi tren yang melingkupi gaya hidup masyarakat kelas menengah yang bercita-cita menjadi saleh juga sejahtera. Salah satu strategi Yusuf Mansyur yakni dengan menekankan keyakinan terhadap matematika sedekah, bahwa sebuah kebaikan akan mendapat balasan berlipat-lipat. Strategi tersebut terbukti mampu menarik minat jamaah. Dengan matematika sedekah, Yusuf Mansur menjadi penceramah populer yang memiliki banyak jamaah dan *followers* di media sosial.⁴⁰ Melalui kasus Peggy dan Yusuf Mansur, tulisan ini menggambarkan bagaimana masyarakat kelas menengah membangun identitas Muslim saleh melalui konsumsi-konsumsi barang atau pelayanan tertentu fesyen Islami, makanan halal, juga sedekah.⁴¹

Filantropi Peggy Melati Sukma: Sebuah Alternatif Pilihan

Kajian yang membahas filantropi Islam di Indonesia banyak melihat lembaga resmi dan sudah mapan. Beberapa contohnya seperti BAZNAS, BAZDA, LazisMU, LazisNU, Rumah Zakat, PKPU, Dompot Dhuafa dan ACT. Sementara bagian ini ingin membahas lebih lanjut bagaimana posisi kegiatan filantropi yang diinisiasi oleh Peggy Melati Sukma di antara lembaga yang lain. Banyaknya pilihan lembaga amal berimplikasi pada model layanan amal yang semakin bervariasi sehingga membuat jamaah dapat memilih di mana mereka akan menyalurkan zakat dan sedekah. Sebagai figur baru, Peggy berusaha menggunakan strategi-strategi kreatif untuk mendapatkan kepercayaan dalam menggalang sedekah dan donasi karena secara tidak langsung ia berkontestasi dengan lembaga-lembaga lain yang telah dikelola secara profesional dan stabil.

⁴⁰Najib Kailani, "Aspiring to Prosperity: The Economic Theology of Urban Muslim in Contemporary Indonesia", (Canberra, UNSW Australia, 2015).

⁴¹Reina Lewis, "Marketing Muslim Lifestyle: A New Media Genre," *Journal of Middle East Women's Studies* 6, no. 3 (2010): 58-90, <https://doi.org/10.2979/MEW.2010.6.3.58>; Reina Lewis, *Muslim Fashion: Contemporary Style Culture* (Durham & London: Duke University Press, 2015); Pattana Kitiarsa, "Introduction: Asia's Commodifies Sacred Canopies," in *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods* (London: Routledge, 2008), 1-12; Ronald Lukens-Bull, "Commodification of Religion and The 'Religification' of Commodities: Youth Culture and Religious Identity," in *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*, ed. Pattana Kitiarsa (New York: Routledge, 2008), 220-34; Johan Fischer, *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market* (New York: Palgrave Macmillan US, 2011), <http://link.springer.com/10.1057/9780230119789>.

Strategi yang dilakukan Peggy untuk mendapat kepercayaan dari jamaah adalah dengan menceritakan alasannya membantu Palestina sebagai berikut:

“Bahwa Palestina mengalami penjajahan, perjuangan dan mati syahid adalah sudah takdir dari Allah. Meskipun secara geografis letak Indonesia dan Palestina tidak dekat, namun secara iman dekat. Tugas sebagai seorang Muslim adalah memberikan dukungan bagi perjuangan rakyat Palestina semampunya. Bantuan dapat berupa do’a, bantuan kemanusiaan, atau membantu kampanye di media sosial, *raising the issue* dan apapun yang dapat dilakukan. Di Indonesia saja masih banyak masalah, ngapain harus jauh-jauh ke sana bantu?”⁴²

Alasan di atas sering disampaikan Peggy kepada jamaah ketika mengisi forum-forum kajian. Menurutnya, membantu Palestina merupakan konsekuensi dari iman Islam. Pernyataan yang sama juga ditulis Peggy di dalam bukunya, bahwa Allah mendatangkan banyak Nabi dan Rasul dari tanah Palestina. Dengan demikian, Peggy meyakini bahwa Palestina sebagai bagian bumi yang diberkahi Allah dan di sanalah tempat Nabi Muhammad melakukan perjalanan Isra Mi’raj. Oleh karena itu, bagi Peggy, orang yang mengaku Islam sudah semestinya mengimani hal tersebut.

Meski demikian, Peggy menyadari bahwa tidak hanya di Palestina saja yang memiliki masalah. Ia mengajak jamaah dan para pembaca bukunya untuk ikut serta membantu masalah di mana pun. Menurutnya, membantu Palestina lebih baik dari pada hanya omong kosong dan tidak melakukan apapun. Kesadaran satu individu saja tidak cukup untuk melakukan perubahan, sehingga perlu dilakukan secara kolektif. Analoginya sama, masalah Palestina tidak akan berubah apabila hanya dilakukan oleh satu orang. Dari hal ini, Peggy memobilisasi dengan mengajak kawan dan jamaahnya untuk bersedekah dan berdonasi secara khusus untuk Palestina.

Selain menceritakan pengalamannya tentang Palestina, Peggy juga mengajak tokoh-tokoh Muslim populer lain untuk mengkampanyekan narasi-narasi terkait Palestina seperti berikut ini:

⁴²Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*.



Gambar 5. Kajian Akbar dengan tema Palestina.

Di acara seperti poster tersebut, Peggy menggunakan narasi-narasi agama tentang keutamaan menolong sesama Muslim. Hal ini sebagai upaya untuk mendapat dukungan dari masyarakat luas. Menurutnya, keimanan membuat adanya ikatan dengan Palestina, sebagaimana seseorang merasa punya ikatan di tempat di mana ia dilahirkan. Saat di Jalur Gaza terjadi agresi militer, Peggy ikut merasa sedih, prihatin, bingung, resah, dan gelisah. Namun pada saat yang sama, Peggy bersyukur karena merasa Allah telah memberikan kemudahan baginya, memberikan jalan untuk membantu saudara di Palestina. Ia ingin bisa menjadi manusia yang bermanfaat, terutama bagi saudara-saudara yang tertindas.⁴³

Bentuk kegiatan mobilisasi sedekah dan donasi yang dilakukan oleh Peggy merepresentasikan sektor ketiga dari nomenklatur organisasi filantropi. Sektor ketiga ini merupakan organisasi non-profit atau *voluntary sector* yang berawal dari doktrin agama kemudian mendorong kegiatan sukarela. Umumnya sektor ketiga ini diisi oleh LSM atau ormas yang memiliki orientasi pelayanan, pembangunan dan gerakan.⁴⁴ Namun, model filantropi Peggy berbeda dari lembaga-lembaga lain seperti LazisMU, LazisNU, Rumah Zakat atau Dompot Dhuafa karena Peggy memiliki otoritas tunggal untuk menyuarakan ide ataupun membuat keputusan. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana ia menggunakan banyak strategi yang berubah menyesuaikan pasar juga ketertarikan jamaahnya untuk mengumpulkan sedekah donasi.

⁴³Sukma, *Kun Fayakun, Menembus Palestina*, hlm. 122.

⁴⁴Latief, *Politik Filantropi Islam di Indonesia*.

Tidak seperti NU dan Muhammadiyah yang telah memiliki modal sosial-kultural, Peggy cenderung memanfaatkan popularitasnya sebagai *public figure* untuk mendapat kepercayaan, juga jaringan sesama selebriti untuk memperoleh suara dukungan. Kemampuan Peggy menyampaikan narasi tentang perjuangan rakyat Palestina merupakan kunci dan bagian dari modal yang dimilikinya, bahwa ia ingin menanamkan pemahaman (*understanding*) dan nilai kebersamaan (*shared values*) sebagai bagian dari saudara sesama Muslim. Dari hal tersebut dapat ditegaskan bahwa target penggalangan sedekah donasi filantropi Peggy adalah masyarakat secara umum, terutama jamaah yang tidak berafiliasi. Filantropi Peggy dapat menjadi pilihan alternatif di antara lembaga-lembaga yang sudah ada sebelumnya. Dengan demikian, kegiatan mobilisasi sedekah-donasi Peggy ini menunjukkan model baru filantropi di Indonesia, lebih kreatif dan fleksibel karena tidak terikat afiliasi manapun sehingga tidak terhambat proses struktural.

Model gerakan amal sedekah Peggy ini menginspirasi orang lain untuk melakukan hal yang sama. Salah satu contohnya yaitu Ibu Joyce, koordinator forum kajian di Yogyakarta dan Majelis Humaira di Solo. Ia juga melakukan kegiatan amal dengan mengadopsi strategi-strategi Peggy. Selain menyelenggarakan majelis taklim, Ibu Joyce dan rekannya juga memobilisasi sedekah dari jamaah dengan cara menjual *merchandise* brand Kajian Humaira. Sampai saat ini kegiatan tersebut terus dilakukan dan beradaptasi menyesuaikan tren.

Gerakan mobilisasi sedekah masyarakat kelas menengah sebagaimana yang dilakukan oleh Peggy dan Ibu Joyce semakin meningkat dengan fasilitas media sosial. Media sosial berperan sebagai media akselerasi informasi. Dokumentasi berupa foto dan video digunakan untuk menarik perhatian dan pendanaan dari jamaah. Di samping itu, adanya banyak pilihan alternatif lembaga penyaluran sedekah dan proses pengelolaan secara modern dan cepat membuat kegiatan sedekah-donasi menjadi sangat mudah dilakukan serta tidak membosankan. Sedekah diterima oleh pihak penerima tanpa melalui proses panjang, begitu juga bagi para donatur sebagai sarana meningkatkan kesalehan serta kesejahteraan. Perkembangan ini membuat praktik sedekah-donasi menjadi sebuah tren tersendiri di masyarakat Muslim.⁴⁵

⁴⁵Najib Kailani and Martin Slama, "Accelerating Islamic Charities in Indonesia: Zakat, Sedekah and the Immediacy of Social Media," *South East Asia Research* 28, No. 1 (January 2, 2020): 70-86, <https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1691939>.

SIMPULAN

Artikel ini secara garis besar mendeskripsikan Peggy Melati Sukma sebagai seorang selebriti hijrah yang aktif dalam kegiatan filantropi Islam di Indonesia. Setelah hijrah, ia tidak hanya menyampaikan ceramah keislaman dalam majelis taklim tetapi juga terlibat dalam menyuarakan isu sosial-kemanusiaan melalui komunitas Akhwat bergerak dan Khadijatee Foundation. Mobilisasi sedekah-donasi yang diinisiasi Peggy berkembang menjadi sebuah gerakan dengan adanya pelaksanaan program-program bantuan, mulai dari pelatihan baca Al-Qur'an, bantuan korban bencana alam, berbagi makanan, sekolah disabilitas, bantuan pasca melahirkan, pemberdayaan janda Palestina dan lain-lain. Praktik sedekah sebagaimana yang dilakukan Peggy, merupakan tren yang melingkupi gaya hidup masyarakat kelas menengah yang memiliki keinginan untuk menjadi saleh dan juga hidup sejahtera.

Kemunculan konsep 'sedekah bahagia' Peggy sebagai aksi filantropi mandiri memanfaatkan momentum pasar Islam, kombinasi antara kesalehan, kebahagiaan dan kepuasan, juga fesyen. Berbeda dengan lembaga filantropi lainnya yang memanfaatkan modal kultural, filantropi ini lebih menonjolkan kepopuleran figur selebriti. Dalam hal ini, *figure* selebriti memiliki peran yang cukup signifikan dalam mempromosikan suatu kegiatan atau barang termasuk di dalamnya kegiatan keagamaan seperti halnya sedekah. Masyarakat menunjukkan ketertarikan terhadap persona, aktivitas dan ide yang dimunculkan oleh selebriti dengan cara ikut terlibat dalam kegiatan tersebut rangka membangun kesalehan personal dan tetap mengikuti modernisasi. Selain itu, tulisan ini juga menemukan bahwa filantropi yang diinisiasi Peggy menjadi alternatif lain di antara lembaga-lembaga formal yang sudah ada sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alven, Alya Karamina, and Lidwina Mutia Sadasri. "Relasi Antara Filantropi Melalui Crowdfunding Dengan Nilai Selebritas." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16, No. 1 (2019): 41-56.
- Atia, Mona. *Building A House in Heaven: Pious Neoliberalism and Islamic Charity in Egypt*. London: University of Minnesota Press, 2013.
- Bamberg, Michael. "Narrative Analysis: An Integrative Approach." In *Qualitative Analysis: Eight Approaches for the Social Sciences*, 243-64. London: SAGE Publications, 2020.

- Bulck, Hilde van den. *Celebrity Philanthropy and Activism: Mediated Interventions in the Global Public Sphere*. London ; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2018.
- Editorial team. "5 Artis Anggun Yang Hijrah Menjadi Ustazah, Serius Syiarkan Agama," May 18, 2020. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/artis-anggun?page=all>.
- Fauzia, Amelia. "Islamic Philanthropy in Indonesia: Modernization, Islamization, and Social Justice." *Austrian Journal of South-East Asian Studies* 10, No. 2 (2017): 223–36.
- . "Penolong Kesengsaraan Umum: The Charitable Activism of Muhammadiyah during the Colonial Period." *South East Asia Research* 25, No. 4 (December 2017): 379–94. <https://doi.org/10.1177/0967828X17740458>.
- Fischer, Johan. *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market*. New York: Palgrave Macmillan US, 2011. <http://link.springer.com/10.1057/9780230119789>.
- Gobel, Yulia Puspitasari. "Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Mengkombinasikan Model Filantropi Islam dan NDEAS Model." *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 3, No. 2 (2020): 209–23.
- Hasyim, Syafiq. "New Contestation in Interpreting Religious Texts: Fatwa, Tafsir, and Shariah." In *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia*, edited by Norshahril Saat and Ahmad Najib Burhani, 48–63. Singapore: ISEAS Publishing, 2020.
- Hoover, Stewart M. "Religious Authority in the Media Age." In *The Media and Religious Authority*, 15–35. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2016.
- Junidar, Ulfa. "Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam (Studi Terhadap PKPU dan Rumah Zakat di Indonesia)." *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam* 2, No. 2 (2020): 190–218.
- Kailani, Najib. "Aspiring to Prosperity: The Economic Theology of Urban Muslim in Contemporary Indonesia." UNSW Australia, 2015.
- . "Creating Entrepreneurial and Pious Muslim Subjectivity in Globalised Indonesia." In *Rising Islamic Conservatism in Indonesia*, edited by Leonard C Sebastian, Syafiq Hasyim, and Alexander R. Arifianto. London & New York: Routledge, 2020.
- Kailani, Najib, and Martin Slama. "Accelerating Islamic Charities in Indonesia: Zakat, Sedekah and the Immediacy of Social Media." *South East Asia Research* 28, No. 1 (January 2, 2020): 70–86. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1691939>.
- Kitiarsa, Pattana. "Introduction: Asia's Commodifies Sacred Canopies." In *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*, 1–12. London: Routledge, 2008.
- Latief, Hilman. "Agama dan Pelayanan Sosial: Interpretasi dan Aksi Filantropi dalam Tradisi Muslim dan Kristen di Indonesia." *Jurnal Religi* IX, No. 2 (2013): 174–89.

- . “Islamic Charities and Social Activism: Welfare, Dakwah, and Politics in Indonesia.” Utrecht University, 2012.
- . “Marketizing Piety through Charitable Work: Islamic Charities and the Islamization of Middle-Class Families in Indonesia.” In *Religion and the Morality of the Market*, edited by Daromir Rudnyckij and Filippo Osella, 1st ed., 196–216. Cambridge University Press, 2017. https://www.cambridge.org/core/product/identifier/CBO9781316888704A019/type/book_part.
- . *Melayani Umat: Filantropi Islam dan Ideologi Kesejahteraan Kaum Modernis*, 2017.
- . *Politik Filantropi Islam Di Indonesia: Negara, Pasar, dan Masyarakat Sipil*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013.
- Lewis, Reina. “Marketing Muslim Lifestyle: A New Media Genre.” *Journal of Middle East Women’s Studies* 6, No. 3 (2010): 58–90. <https://doi.org/10.2979/MEW.2010.6.3.58>.
- . *Muslim Fashion: Contemporary Style Culture*. Durham & London: Duke University Press, 2015.
- Lukens-Bull, Ronald. “Commodification of Religion and The ‘Religification’ of Commodities: Youth Culture and Religious Identity.” In *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*, edited by Pattana Kitiarsa, 220–34. New York: Routledge, 2008.
- Mahmood, Saba. *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2005.
- Mardiyah, Sjafiatul, Najlatun Naqiyah, Muamar Zainul Arif, Masriyah, and Sifak Indana. “Filantropi Sembako Untuk Masyarakat Terdampak Covid-19.” *Jurnal Abdimas Bela Negara* 1, No. 2 (2020).
- Nisa, Eva F. “Networking Humanity: Women, Piety and Philanthropy.” *Middle East Insight Mei Insight*, No. 198 (2019): 1–9.
- Palmer, Catherine. “Charity, Social Justice and Sporting Celebrity Foundations.” *Celebrity Studies*, November 15, 2019, 1–16. <https://doi.org/10.1080/19392397.2019.1691029>.
- Rizal, Fitra, and Haniatul Mukaromah. “Filantropi Islam Solusi Atas Masalah Kemiskinan Akibat Pandemi Covid-19.” *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 3, No. 1 (2021): 35–66.
- Sukma, Peggy Melati. *Kun Fayakun, Menembus Palestina*. Jakarta: Penerbit Noura Books, 2017.
- Sukma, Peggy Melati, Debbie S Suryawan, and Nana I Lystiani. *Peggy Melati Sukma: My Life, My Hijab*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Ward, Pete. *Celebrity Worship. Media, Religion and Culture*. London; New York: Routledge, 2020.