

**MEMAHAMI MEKANISME CROWDFUNDING DAN MOTIVASI BERPARTISIPASI  
DALAM PLATFORM *Kitabisa.com***

March Hot Asi Sitanggung

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon: (024) 7465407 Faksimile: (024) 7465405

Website: <http://www.fisip.undip.ac.id> email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

**ABSTRACT**

The development of the internet is more massive with the discovery of web 2.0 facilities gave birth to a new phenomenon of crowdsourcing. Anyone can participate openly through the internet. One of the phenomenon that is the trend in the present is the crowdfunding phenomenon of raising funds openly involving the public by utilizing internet facilities. One of the most popular crowdfunding in Indonesia is crowdfunding donation based on Kitabisa.com. This research is qualitative descriptive type using two stages. The first stage is to know from the side of technology/platform by using the approach of website content analysis. The second stage is to know the motivation of donors in participating in crowdfunding using phenomenology approach. The purpose of this research is to know how crowdfunding mechanism in Indonesia in general and what factors influence people in donating. This research uses altruism theory, gotongroyong culture and social learning theory. Research subject is Kitabisa.com website and six people who have been involved in donation at Kitabisa.com at least twice the funding. The results of this study found that the development of the Internet in the era of web 2.0 brings new alternatives to the funding system. In general, crowdfunding in Indonesia using donation based. In the process of hooking the donors Kitabisa.com as platform adopt culture and values in Indonesian society. The individual's motivation in donating is influenced by empathy motivation, cultural motivation, and religious teachings motivation. Kitabisa.com leads the empathy of website visitors by presenting campaigns about humanity, poverty, and health as a content of comodification in Kitabisa.com. With the platform Kitabisa.com can be connected between fundraisers with donors.

**Key words:** crowdfunding, donation, altruism, empathy, gotongroyong, religion

## Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sekarang ini perlahan mengubah segala aktivitas manusia. Segala jenis pekerjaan dapat dilakukan dengan efisien dan efektif karena kehadiran teknologi. Salah satu fitur teknologi yang menjadi primadona masyarakat adalah fitur digital media atau yang sering dikenal dengan internet. Kehadiran internet inilah yang membawa perubahan yang signifikan terhadap segala aktivitas manusia. Bahkan di era digital sekarang, semua dapat dilakukan melalui platform internet seperti berkomunikasi, berbelanja, berdiskusi, dan masih banyak lagi pekerjaan yang memanfaatkan fitur internet tersebut.

Perkembangan dan penetrasi internet di Indonesia yang begitu cepat juga dimanfaatkan oleh kelompok orang yang datang dari *start up*/rintisan menciptakan aplikasi yang menunjang aktivitas mereka. Memanfaatkan peluang kemajuan internet dan memahami psikografis khalayak sekarang menjadikan internet sebagai ladang yang subur dalam membantu pekerjaan skala besar. Salah satunya dapat kita lihat dari fenomena rintisan aplikasi berbasis web 2.0 platform online yakni platform crowdfunding yang menjadi *trend* pada masa sekarang. Fenomena crowdfunding ini merupakan bukti dari perkembangan metode komunikasi yang dihirilisasi dengan kemajuan teknologi informasi yang sangat cepat dan tidak dapat dibendung.

Crowdfunding merupakan bentuk pendanaan alternatif dari pinjaman/pendanaan yang bersifat tradisional. Prinsipnya sama seperti pendanaan konvensional, crowdfunding terbuka untuk semua orang pribadi maupun pelaku ekonomi atau kelompok orang yang memberikan pendanaan kecil ataupun besar. Pada dasarnya crowdfunding tetap merujuk pada pendanaan dalam satu proyek/bisnis/kampanye tetapi dengan melibatkan proses dari media baru yakni internet itu sendiri. Mekanisme ini diperlukan untuk memperlancar dan mempercepat arus informasi pendanaan sehingga dapat menjangkau luas masyarakat dan frekuensinya yang begitu tinggi.

Crowdfunding adalah fenomena berbasis web 2.0 (Leimeister, 2012:23). Faktor penting keberhasilan konsep crowdfunding adalah digitalisasi masyarakat dengan berkembangnya kehadiran internet. Saat ini, pasar semakin jenuh dengan peralatan dan akun digital. Orang dapat berkomunikasi, mengakses dan memberikan informasi secara konstan terhadap proyek atau kampanye sosial crowdfunding sendiri. Baru-baru ini orang-orang juga bersedia memberikan kontribusi dan mendorong perkembangan pesat crowdfunding dalam lima tahun belakangan ini (Aaker dan Akutsu, 2009:12).

Crowdfunding sebagai fenomena di era digital media memiliki berbagai perkembangan dari tahun ke tahun. Amerika Serikat sebagai negara dengan raksasa internet dan teknologi memulai debutnya pada tahun 2008 dengan berdirinya situs crowdfunding terbesar di dunia yakni Kickstarter dan Indiegogo pada tahun 2008. Keberadaan dua situs crowdfunding tersebut menjadi katalis bagi

berkembangnya industri crowdfunding di dunia terutama di Amerika. Pada tahun 2013, mulai bermunculan beberapa situs crowdfunding di Indonesia seperti Wujudkan.com, Patungan.com, Ayopeduli.com, GandengTangan.com hingga Kitabisa.com yang banyak memfasilitasi proyek non-profit seperti pertunjukan seni, pendidikan, budaya dan kesehatan. Platform crowdfunding yang bermunculan di Indonesia lebih banyak dalam bentuk *reward-based crowdfunding* dan *based donation* di mana para penggalang dana akan memperoleh imbalan dalam bentuk jasa dan barang dari aksi donasi yang mereka lakukan. Penghargaan yang diberikan bisa dalam bentuk barang seperti *merchandise* ataupun mendapatkan *privilage* khusus seperti diundang dalam sebuah jamuan makan, *meet & greet*, konser khusus dan lain sebagainya (<https://id.techinasia.com/4-website-crowdfunding-indonesia> diakses pada 23 Oktober 2017).

Platform crowdfunding di Indonesia yang mencatat transaksi terbesar dan selalu aktif dalam penggalangan dana adalah Kitabisa.com. Platform ini digunakan untuk berdonasi dan menggalang dana secara online. Siapa saja, mulai dari individu, komunitas, yayasan hingga organisasi dapat memulai kampanye (*campaign*) penggalangan dana di Kitabisa.com untuk berbagai kategori seperti bantuan medis, pendidikan, pembangunan rumah ibadah, bencana alam dll.

Kitabisa.com diluncurkan sejak Juli 2013, menjadi yayasan resmi di tahun 2014, dan tahun 2015 tim Kitabisa.com baru benar-benar bekerja *full-time* mengembangkan platform ini dengan mendirikan PT Kita Bisa Indonesia (<http://kitabisa.com/faq> diakses pada senin 23 Oktober 2017). Mengadopsi budaya Indonesia Kitabisa.com mengangkat nilai dan norma gotongroyong melalui platform online. Melalui platform ini semua orang melakukan apapun dengan gotongroyong. Hal ini sejalan juga dengan psikografis masyarakat Indonesia yang guyub, komunal, kolektif dan gemar gotongroyong.

Proses crowdfunding tentunya memiliki berbagai mekanisme dalam menggaet investor ataupun melakukan kampanye. Mekanisme ini merupakan serangkaian regulasi yang telah ditetapkan platform untuk mempermudah mempertemukan orang/organisasi yang mendanai dengan orang/organisasi yang akan didanai. Lantas, bagaimana sebenarnya mekanisme crowdfunding Kitabisa.com dalam mengumpulkan donasi/dana untuk kampanye? Hal apa sebenarnya dibalik mekanisme tersebut?

Selain mekanisme yang cukup menarik, satu hal lain juga menarik ditilik adalah seperti apa pola komunikasi orang-orang yang terlibat dalam crowdfunding sehingga mau menyumbangkan dana. Pada era sekarang kemunculan situs crowdfunding Kitabisa.com adalah sebagai aktor utama dalam mempertemukan penggalang dana dan pembuat kampanye. Dalam situs Kitabisa.com banyak ditemukan kasus tidak semua proyek terdanai, tidak semua proyek sosial memiliki kuantitas

pendanaan yang signifikan. Dalam beberapa kasus misalnya, kampanye yang sifatnya perorangan memiliki donatur yang sangat sedikit.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana mekanisme komunikasi crowdfunding dalam platform web Kitabisa.com?
2. Apa yang memotivasi pengguna internet/platform sehingga mau melakukan pendanaan dengan memilih platform crowdfunding Kitabisa.com tersebut?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui mekanisme komunikasi crowdfunding dalam web (intermediaries) Kitabisa.com
2. Mengetahui hal/faktor apa yang memotivasi pengguna internet/platform sehingga ingin atau mau melakukan pendanaan dengan memilih platform crowdfunding Kitabisa.com

### **Metodologi Penelitian**

*Tipe penelitian* ini menggunakan tipe penelitian kualitatif yang bersifat kualitatif deskriptif. Dalam penelitian deskriptif kualitatif digunakan paradigma interpretif. Tahapan pertama yang dilakukan adalah dengan menganalisis konten web, setelah itu dilakukan tahapan fenomenologi untuk menemukan motivasi dari pemberi dana dalam crowdfunding Kitabisa.com. Analisis konten web adalah menganalisis batang tubuh/isi/tampilan yang ada pada website. Metode ini digunakan untuk mengetahui keseluruhan isi dari pesan/makna yang ada pada platform crowdfunding Kitabisa.com. Hasil dari analisis konten website ini akan digunakan dalam menyusun daftar pertanyaan dalam tahapan fenomenologi. Ini menandakan ada keterkaitan/hubungan tiap-tiap tahapan penelitian. Setiap pertanyaan dibuat dari hasil penelitian analisis konten website. Konsep ini disebut dengan triangulasi sumber data yakni menggali informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Peneliti melakukan analisis konten website yang selanjutnya akan memberikan pandangan (insights) dalam melakukan tahapan fenomenologi. Studi fenomenologis mendeskripsikan pemaaknaan umum dari sejumlah individu terhadap pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena.

*Subjek penelitian* pada penelitian ini adalah platform crowdfunding Kitabisa.com guna mengetahui mekanisme mendalam mengenai platform crowdfunding. Kitabisa.com kemudian pada tahap fenomenologi subjek penelitian adalah Pria atau wanita mengetahui platform Kitabisa.com dan pernah melakukan pendanaan minimal 2 kali dalam kampanye sosial di Kitabisa.com.

**Jenis Data** penelitian ini menggunakan data berupa teks, kata-kata tertulis, gambar, simbol-simbol yang ada dalam platform/website crowdfunding Kitabisa.com. Kemudian untuk tahap selanjutnya data berupa teks, kata-kata yang diperoleh dari hasil wawancara melalui *indepth interview*.

**Sumber Data**, Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari penelitian di lapangan. Pada tahap analisis konten website diperoleh langsung dari website dengan melihat bagian/part, konten, kolom komentar, kolom profile, regulasi dll. Tahap fenomenologi sumber data primer diperoleh dari responden atau subjek riset, dari hasil wawancara observasi. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara mendalam. Data sekunder diperoleh dari sumber tambahan (bukan dari subjek penelitian), yaitu melalui studi kepustakaan, jurnal, buku, artikel berita di media massa dan referensi lain dari internet yang dapat memberikan informasi mengenai platform crowdfunding Kitabisa.com.

**Teknik Pengumpulan Data**, Teknik pengumpulan data yang pertama adalah melakukan *analisis konten web*. Platform crowdfunding Kitabisa.com sendiri memiliki berbagai fitur yang akan dianalisis satu persatu untuk mengetahui mekanisme mendalam dari website tersebut. Setiap konten sesuai dengan konsep crowdfunding akan dianalisis dan dibedah untuk menemukan kesimpulan dari penelitian sesuai dengan fakta yang ditampilkan oleh website. Pada tahap kedua tahap fenomenologi, teknik pengumpulan data adalah *wawancara mendalam*. Wawancara mendalam mencoba menggali apa yang tersembunyi dalam benak seseorang, apakah menyangkut masa lalu, masa kini, maupun masa depan. Maksud mengadakan wawancara antara lain adalah mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain (Lincoln & Guba dalam Moelong, 2007:186).

**Analisis dan Interpretasi Data**, pada pertama tahap analisis konten website dengan membedah/menganalisis pesan, tanda, konten, dan berbagai hal yang disampaikan oleh platform Kitabisa.com. Dalam analisis konten web dikelompokkan menjadi beberapa kategori/indikator untuk memudahkan analisis. Sesuai dengan konsepsi crowdfunding indikator yang dianalisis lebih dalam mengenai website crowdfunding. Pada tahap kedua, tahap fenomenologi, setelah melakukan analisis konten website, kemudian akan dilakukan Analisis data yang digunakan adalah analisis fenomenologi sebagai metode untuk mengetahui motivasi dari para investor (orang yang memberikan dana). Dalam analisis fenomenologi terdapat prosedur penting dalam melaksanakan studi fenomenologis itu sendiri. Menurut Stecik, (dalam Hasbiasnyah, 2005:171) terdapat beberapa langkah yang harus diperhatikan dalam analisis fenomenologis yakni menetapkan lingkungan fenomena yang akan diteliti menyusun daftar pertanyaan, pengumpulan data, analisis data, tahap deskripsi esensi, peneliti melaporkan hasil penelitian

Pada tahap terakhir yakni, *tahap esensi crowdfunding*. Setelah menemukan hasil dari analisis konten website dan hasil esensi fenomenologi, kemudian peneliti menyusun esensi crowdfunding Kitabisa.com. Esensi ini dibentuk dari gabungan hasil analisis konten website dan esensi pengalaman informan dalam berdonasi.

## **Pembahasan**

Hasil dari penelitian ini adalah penggabungan dari hasil analisis konten website dan deskripsi pengalaman informan. Berdasarkan hal tersebut ditemukan hasil penelitian sebagai berikut :

- a. Temuan Analisis Konten Website
- b. Esensi Pengalaman Donatur (Fenomenologi)
- c. Esensi Crowdfunding Kitabisa.com (Hasil gabungan dari dua tahap penelitian)

### **a. Temuan Analisis Konten Website**

#### **1. Karakteristik Platform Kitabisa.com**

*Logo* dalam Kitabisa.com memakai *tone* berwarna biru, dengan huruf “K” sebagai gambar logo dominan. *Tampilan utama* platform crowdfunding Kitabisa.com juga menyuguhkan *tone* berwarna biru menampilkan gambar yang menjadi keunikan dari platform ini. Kitabisa.com sepertinya mencoba memberikan persuasi pada pengunjung website dengan menampilkan efek *human interest*.

#### **2. Fitur Menarik dalam Platform Kitabisa.com**

Fitur-fitur yang cenderung menarik adalah sebagai berikut : Galang dana, Donasi, Zakat, Birthday Fundraising, NGO, CSR

#### **3. Aktor dalam Crowdfunding Basis Donasi Kitabisa.com**

Dalam crowdfunding Kitabisa.com sama pada umumnya crowdfunding basis lainnya memiliki mekanisme aktor sebagai berikut : Menurut Tomczak dan Brem dalam Bouncken, et al., (2015:410) Tiga jenis pelaku terlibat dalam permainan crowdfunding: *a. Intermediaries (Perantara)*, Kitabisa.com sebagai platform teknologi adalah intermediaries atau platform teknologi yang berfokus mempertemukan penggalang dana (fundraisers) dan donatur (investor). *b. Fundraisers (Penggalang dana)* Penggalang dana terdiri dari individu/organisasi yang melakukan pencarian dana melalui platform dengan cara kreatif. *c. Investor/Donatur*

#### **4. Aspek Ekonomi dalam Platform Kitabisa.com**

Dalam sub bab ini akan diuraikan mengenai analisis konten website platform donasi crowdfunding Kitabisa.com dalam aspek ekonomi. Unit yang dianalisis adalah kampanye/project terbaru sebanyak 100 item yang diakses pada tanggal 1 Februari 2018. Kampanye yang diunit kemudian dikoding dalam beberapa indikator yakni judul kampanye,

ringkasan kampanye, tema kampanye, jumlah donasi, target donasi, jumlah donatur, dan jumlah share kampanye ke media sosial. Setelah dikoding dalam beberapa kategori kemudian disusun dan ditemukan beberapa fakta data yakni sebagai berikut :

### **5 Aspek Hukum**

Dalam menjalankan proses crowdfunding itu sendiri ada beberapa regulasi yang berlaku dalam crowdfunding yang berlaku untuk pemilik platform (intermediaries), inisiator, dan bahkan donatur sekalipun semuanya diuraikan sebagai berikut :

### **6 Aspek Sosial Budaya**

Sebagai crowdfunding berbasis donasi tentunya Kitabisa.com menyelaraskan dengankondisi sosial/demografi dan budaya Indonesia. Kecenderungan konten project dalam crowdfunding basis donasi umumnya memiliki nilai kepekaan sosial, *human interest* dan dapat mempengaruhi banyak orang yang membacanya. Beberapa nilai yang diadopsi oleh crowdfunding basis donasi adalah sebagai berikut: *Kerjasama dan nilai gotongroyong, Agama, Kekeabatan, persahabatan dan keluarga*

## **b. Esensi Pengalaman Donatur**

### **1. Empathy Altruism dalam Crowdfunding Donasi**

Altruism (altruisme) adalah tindakan sukarela untuk membantu orang lain tanpa pamrih atau ingin sekedar beramal baik (Schroder, et al., 1995:121). Hal yang ditampilkan oleh Kitabisa.com sendiri adalah hal-hal seputar nilai kemanusiaan yang bisa menaikkan rasa empati seseorang agar mau menolong orang lain. Empati yang dirasakan oleh para donatur sangat berbeda-beda. Hal ini tergantung dari bagaimana donatur meletakkan perasaan iba dan kasihan pada kampennya yang dipilih.

### **2. Gotongroyong dalam Crowdfunding**

Gotongroyong dapat diartikan sebagai bentuk solidaritas sosial. Gotongroyong terbentuk karena adanya bantuan dari pihak lain, untuk kepentingan pribadi ataupun kepentingan kelompok, sehingga di dalamnya terdapat sikap loyal dari setiap warga sebagai satu kesatuan (Irfan, 2015:31). Kitabisa.com sebagai platform crowdfunding terpopuler di Indonesia merefleksikan nilai yang sudah membudaya di masyarakat Indonesia. Kegiatan kampanye dalam Kitabisa.com memiliki berbagai macam pendekatan. Hal yang harus diketahui bahwa Kitabisa.com berhasil menggiring masyarakat Indonesia dalam falsafah budaya senasib sepenanggungan.

### **3. Agama dalam Platform Crowdfunding**

Dalam crowdfunding Kitabisa.com secara umum tersirat bahwa nilai agama memegang peranan penting dalam mendorong donatur untuk melakukan donasi. Agama yang paling melekat itu diantaranya adalah fitur donasi wakaf dan zakat sebagai bagian dari mekanisme yang ditawarkan secara nyata pada pengunjung website. Banyak dari informan mendanai kampanye-kampanye yang merupakan wujud dari nilai spiritual. Selain itu berbagai organisasi amal dan agama bekerjasama dengan Kitabisa.com untuk mendorong donasi semakin masif. Pemanfaatan donasi dengan membuat konten seputar agama ternyata direspon positif oleh beberapa informan.

#### **4. Norma Tanggungjawab Sosial dalam Crowdfunding**

Teori norma tanggung jawab sosial berfokus pada individu wajib menolong orang lain tanpa mengharapkan imbalan balasan apapun dimasa depan (sukarela). Dalam norma tanggungjawab sosial disebutkan bahwa orang harus memberikan pertolongan kepada orang yang membutuhkan pertolongan tanpa mengharapkan balasan di masa mendatang. Norma ini memotivasi orang untuk memberikan bantuannya kepada orang-orang yang lebih lemah dari dirinya. Misalnya membantu orang yang terkena penyakit.

#### **5. Reinforcement Crowdfunding**

*Reinforcement* adalah respon dari orang lain yang dapat memperkuat/melemahkan suatu perilaku. Saat sebuah tingkah laku mengalami penguatan maka tingkah laku tersebut akan cenderung muncul kembali pada masa mendatang. Sebaliknya saat sebuah tingkah laku mengalami kelemahan maka tingkah laku tersebut akan cenderung tertutupi. Konsep *reinforcement* juga ada dalam pengalaman informan dalam berdonasi di Kitabisa.com. *Reinforcement* merupakan sebuah reaksi psikologis, kemudian diikuti dengan tindakan.

#### **6. Human Interest dalam Crowdfunding**

Berdasarkan analisis tekstural dan struktural dari ke enam informan menunjukkan banyak kesamaan dalam hal melakukan pendanaan melalui Kitabisa.com. Ke enam informan mendanai hal seputar *human interest*. Human interest dalam crowdfunding adalah objektivitas kampanye menggambarkan kehidupan manusia atau interaksi manusia serta ekspresi emosional yang memperlihatkan manusia dengan masalah kehidupannya, yang mana kesemuanya itu membawa rasa ketertarikan dan rasa empati.

#### **c. Esensi Crowdfunding Kitabisa.com (Hasil gabungan dari dua tahap penelitian)**

Setelah menemukan esensi pengalaman donatur dalam Kitabisa.com, peneliti kemudian menyusun esensi crowdfunding Kitabisa.com basis donasi. Hasil esensi ini ditemukan dari gabungan hasil penelitian analisis konten website dan fenomenologi. Berikut ini diuraikan temuan argumentasi dari esensi crowdfunding Kitabisa.com sebagai basis donasi di Indonesia.



## 1. Paradoks dalam Crowdfunding Kitabisa.com

Dalam platform Kitabisa.com terdapat dua sisi yang kontradiksi/bertentangan. Pada satu sisi platform crowdfunding Kitabisa.com memfasilitasi orang untuk memberikan donasi. Kitabisa.com memberikan kesempatan pada pembaca/warga net untuk menjadi donatur karena tergerak hatinya oleh apa yang ditampilkan Kitabisa.com. Namun, di sisi lain platform Kitabisa.com juga mengambil keuntungan dari apa yang ditampilkan.

## 2. Komodifikasi dalam Kitabisa.com .

Komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Bentuk pertama yang tentu dikenali adalah komodifikasi *content* atau isi media komunikasi. Proses komodifikasi ini dimulai ketika pelaku media mengubah pesan melalui teknologi yang ada menuju sistem interpretasi yang penuh makna hingga menjadi pesan yang *marketable*. Bentuk kedua adalah komodifikasi audiens atau khalayak, Konkritnya media biasanya menjual audiens dalam bentuk *rating* atau *share* kepada pengiklan untuk dapat menggunakan *air time* mereka. Pada komodifikasi audiens dan khalayak pada crowdfunding ditentukan pada jumlah donatur, jumlah kampanye, jumlah *share* di media sosial.

## 3. Agama dalam Crowdfunding Basis Donasi

Dalam crowdfunding Kitabisa.com secara umum tersirat bahwa crowdfunding Kitabisa.com mengeksploitasi agama sebagai komoditas dalam mengajak orang-orang berdonasi di Kitabisa.com. Agama yang paling melekat itu diantaranya adalah fitur donasi wakaf dan zakat sebagai bagian dari mekanisme yang ditawarkan secara nyata pada pengunjung website. Selain itu berbagai organisasi amal dan agama bekerjasama dengan Kitabisa.com untuk mendorong donasi semakin masif. Strategi ini dilakukan Kitabisa.com adalah guna mendapat pasar donasi yang banyak dan dominan sesuai dengan budaya dan psikografis masyarakat Indonesia.

## 4. CSR dalam Crowdfunding Basis Donasi

Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet, crowdfunding berbasis donasi menjadi sarana dalam pemanfaatan CSR perusahaan. Bentuk CSR yang ada dalam pemanfaatan fitur crowdfunding adalah bentuk filantropi. Filantropi dapat diartikan sebagai perwujudan dari rasa kasih sayang kepada sesama manusia yang berwujud sumbangan dalam bentuk uang, barang, atau karya lainnya bagi orang yang membutuhkan atau untuk tujuan-tujuan sosial lainnya. Teknik CSR Kitabisa.com disebut dengan pendekatan *matching grants*. Teknik digunakan untuk menarik simpatik publik yang lebih besar dengan menggunakan perusahaan sebagai kekuatan dalam menggaet donasi. Teknik ini berbeda dengan CSR filantropi yang bersifat tradisional.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis konten website dan wawancara *indepth interview* maka ditemukan beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut.

1. Secara umum, dari hasil penelitian analisis konten website bahwa Kitabisa.com adalah platform crowdfunding berbasis donasi. Tema kesehatan dan agama menjadi donasi yang paling populer oleh para donatur.
2. Platform crowdfunding menjadi sarana pembelajaran individu dalam memaknai tindakan menolong pro sosial. Ada keterkaitan melihat dan memahami konten dalam Kitabisa.com berpengaruh pada tindakan untuk berdonasi. Pertama adalah *attention*, donatur meniru perilaku seseorang kalau sudah memperhatikan perilaku itu terlebih dahulu. Yang kedua adalah *retention*, yakni mengingat perilaku sebelum mencoba menirunya. Yang ketiga adalah, *reproduction* yakni melakukan tindakan tersebut dengan beberapa pengulangan.
3. Donatur melakukan transaksi berdonasi dalam Kitabisa.com karena dipengaruhi oleh beberapa motivasi. Diantaranya adalah motivasi yang datang dari dalam individu yakni motivasi empati altruisme sebagai tindakan tolong menolong, motivasi yang datang dari lingkungan yakni budaya gotongroyong dan kemudian motivasi agama sebagai bentuk ajaran yang diterapkan dalam tindakan berdonasi dalam crowdfunding.
4. Kitabisa.com sebagai platform crowdfunding memiliki paradoks/pertentangan. Pertentangan tersebut adalah pada satu sisi platform crowdfunding Kitabisa.com memfasilitasi orang untuk memberikan donasi. Kitabisa.com memberikan kesempatan pada pembaca/warga net untuk menjadi donatur karena tergerak hatinya oleh apa yang ditampilkan Kitabisa.com. Namun, di sisi lain platform Kitabisa.com juga mengambil keuntungan.
5. Dalam Kitabisa.com ditemukan adanya komodifikasi dimana Kitabisa.com menjual konten seperti kemiskinan, kemanusiaan dan kesehatan sebagai alat untuk mendapatkan perhatian publik. Komoditi khalayak di mana Kitabisa.com menggunakan audiens dan partisipasi donatur sebagai bentuk menarik simpati dari khalayak.

## Saran

Pembahasan mengenai mekanisme crowdfunding dan motivasi berpartisipasi merupakan aktivitas yang dilakukan seiring dengan perkembangan jaringan internet. Masifnya perkembangan teknologi internet dengan pemanfaatan platform menjadikan fenomena crowdfunding akan berkembang pesat. Pesatnya perkembangan crowdfunding juga akan dialami masyarakat Indonesia sendiri. Pola komodifikasi dalam crowdfunding di Indonesia menjadikan *human interest* sebagai eksploitasi yang berlebihan. Hal ini menunjukkan ada konten dan tema-tema yang minim pendanaan

dan partisipasi misalnya pada penggalangan dana untuk teknologi, industri kreatif dan pembiayaan usaha kecil menengah. Untuk itu dibutuhkan lebih banyak pemahaman dan pengetahuan bagaimana proses crowdfunding. Dengan mengetahui prinsip tersebut, diharapkan para donatur/investor menyalurkan donasinya pada kampanye-kampanye yang tepat.