

INTERNET SEBAGAI MEDIA *FUNDRAISING*

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan *Website* kitabisa.com)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh:

Nurul Fauziah

NIM 13730100

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nurul Fauziah
NIM : 13730100
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 4 September 2017

Yang menyatakan,




Nurul Fauziah
NIM. 13730100

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Nurul Fauziah
NIM : 13730100
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Judul :

INTERNET SEBAGAI MEDIA FUNDRAISING
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan Website kitabisa.com)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 4 September 2017
Pembimbing

Dr. Iswandi Svahputra, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730423 200501 1 006



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-352/Un.02/DSH/PP.00.9/09/2017

Tugas Akhir dengan judul : INTERNET SEBAGAI MEDIA FUNDRAISING (Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan Website kitabisa.com)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NURUL FAUZIAH
Nomor Induk Mahasiswa : 13730100
Telah diujikan pada : Rabu, 13 September 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang


Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730423 200501 1 006

Penguji I


Drs Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Penguji II


Rika Lusri Virga, S.IP., M.A
NIP. 19850914 201101 2 014

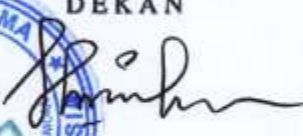
Yogyakarta, 13 September 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN




Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

“Lillahi Ta’ala”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini Penulis Persembahkan Untuk:

Almamater Tercinta

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
Dan Kedua Orang Tuaku Tercinta*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta tak lupa shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada suri tauladan nabi Muhammad saw yang selalu dinanti do'a syafa'atnya di yaumul qiyamah nanti.

Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat berbagai bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi,
3. Ibu Fatma Dian Pratiwi, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktunya sesibuk apapun untuk berkonsultasi, serta dengan sabarnya membimbing penulis.
5. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si, selaku penguji I dan Ibu Rika Lusri Virga, S.IP., M.A sebagai penguji II.
6. Bapak dan ibu dosen program studi ilmu komunikasi, yang telah mendewasakan penulis dengan berbagai ilmu dan pengalaman yang dibagikan kepada penulis, semoga bermanfaat bagi kehidupan dan lingkungan sekitar penulis.

7. Terima kasih kepada semua pihak kitabisa.com yang telah bersedia untuk dijadikan subjek penelitian, kepada Al Fatih Timur selaku *Co-founder* Kitabisa.com dan kepada kak Siti Desire dan Brenda yang telah bersedia saya wawancarai.
8. Umiku tercinta Sri Asih Windayani dan abiku tercinta Hisyam Bakri, serta adikku Saiful Amam Al-Faruqi, terima kasih atas segala do'a, nasihat, perhatian, kasih sayang dan segala yang telah kalian berikan yang tak terbalaskan. Saudara-saudaraku dari keluarga Mbah Kasmin dan Mbah Badjuri, atas dukungan, kebersamaan, suka duka, serta canda tawa selama ini.
9. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2013 khususnya Komcil atas semangat dan dukungannya selama penulis kuliah sampai menyelesaikan skripsi ini, semoga persahabatan ini dapat berlanjut sampai akhirat nanti.
10. Teman-teman Kos Papi Roto, alumni Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 3, TPA Al-Ihsan, IMM Fishum, Idekata, SIC (*Santri Inspiration Center*), Rintara Jaya Yogyakarta, dan HAMKA (Himpunan Anak Muda Karanggondang).

Akhir kata, penulis sekali lagi berterimakasih yang sebesar-besarnya untuk segala dukungan, bimbingan, maupun bantuannya selama ini sehingga penulis bisa menyelesaikan keseluruhan proses perkuliahan sampai skripsi.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 24 Agustus 2017

Nurul Fauziah

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Telaah Pustaka	8
E. Landasan Teori	12
1. Internet	12
2. Website.....	14
3. Penggalangan Dana (<i>Fundraising</i>)	20
F. Kerangka Berpikir	24
G. Metode Penelitian	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	26
3. Waktu dan Target Penelitian	27

4. Teknik Pengumpulan Data	27
5. Teknik Analisi Data	28
6. Keabsahan Data	30

BAB II GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Berdirinya Kitabisa.com	32
B. Profil Perusahaan & Legalitas Perusahaan	33
C. Kategori Proyek Kitabisa.com	34
D. Struktur Organisasi	35
E. Macam-macam Penggalangan Dana	36
F. Biaya Menggalang Dana	37
G. Tampilan <i>website</i> yang efektif pada <i>website</i> kitabisa.com	37
a. <i>Details</i>	38
b. <i>Coding</i>	39
c. <i>Features</i>	39
d. <i>Layout</i>	42
e. <i>Writing Quality</i>	44
f. <i>Load Time</i>	45
g. <i>Hyperlinks</i>	46

BAB III ANALISI DAN PEMBAHASAN

A. Tampilan <i>web</i> yang Efektif sebagai Media <i>fundraising</i>	48
1. Tampilan <i>Website</i> Kitabisa.com Sangat Detail	48
2. <i>Coding</i> pada <i>website</i> kitabisa.com	54
3. Fitur Pendukung Kegiatan <i>Fundraising</i>	55

4. <i>Layout</i> pada halaman <i>website</i> kitabisa.com.....	58
5. Kualitas Penulisan <i>Campaign</i> Penggalangan Dana.....	60
6. <i>Website</i> Kitabisa.com tidak Mengalami <i>Load Time</i> yang Lama	63
7. Kegiatan <i>Fundraising</i> menjadi Viral dengan <i>Hyperlink</i>	65
B. Proses Penggunaan Internet sebagai Media <i>Fundraising</i>	70
1. <i>Fundraising</i> Melalui <i>Website</i> lebih Terbuka dalam Mengungkapkan Permintaan	71
2. Semakin Luas Jaringan, Semakin Besar Keberhasilan <i>Fundraising</i>	74
3. Proses <i>Campaign</i> Ditanggung oleh <i>Fundraiser</i>	77
4. <i>Fundraising</i> Melalui <i>Website</i> Lebih Transparan dan Terpercaya	85
5. Apresiasi kepada Para Donatur.....	94
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	97
B. Rekomendasi dan Saran.....	98
C. Penutup	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Kerangka Berpikir	24
Gambar 2.1	: Struktur Organisasi.....	35
Gambar 2.2	: Halaman Donasi	41
Gambar 2.3	: Halaman Galang Dana.....	42
Gambar 2.4	: Halaman Utama <i>Website</i> kitabisa.com	44
Gambar 2.5	: Bagan <i>Website</i> Halaman Utama pada <i>Campaign</i> Pilihan	46
Gambar 3.1	: Halaman Utama <i>website</i> kitabisa	49
Gambar 3.2	: <i>Campaign-campaign</i> yang diunggah melalui <i>website</i> kitabisa.com	51
Gambar 3.3	: <i>Header</i> pada <i>website</i> kitabisa.com	53
Gambar 3.4	: <i>Footer</i> pada <i>website</i> kitabisa.com	54
Gambar 3.5	: Tampilan Kolom <i>Chat</i> pada <i>Website</i> kitabisa.com	57
Gambar 3.6	: Halaman <i>Campaign</i> Organisasi.....	64
Gambar 3.7	: <i>Footer</i> pada <i>website</i> kitabisa.com	68
Gambar 3.8	: Judul <i>Campaign</i> berisi suatu ajakan atau permintaan	72
Gambar 3.9	: <i>Campaign</i> yang sukses dan terdani yang dipromosikan melalui akun Instagram resmi kitabisa.com.....	82
Gambar 3.10	: Akun Cak Budi yang diblokir di <i>website</i> kitabisa.com	90
Gambar 3.11	: Data Jumlah Donasi yang Tercatat oleh Sistem.....	91

ABSTRAK

Initially fundraising is done by visiting home to home, on the streets, traffic light, and etc. However, it is disturbing, unethical, and unlicensed. Along with the development of the era of fundraising activities began to be done by utilizing the internet especially website as a fundraising media, one of which is the website kitabisa.com. However, the use of the website as a fundraising medium is still very rare so it is necessary to know how the website of kitabisa is used as a fundraising media. By using the principles of fundraising, having to ask, relate to others, sell, trust and public relations, and to say thanks. As well as elements of an effective website display elements is details, coding, features, layout, writing quality, load time, hyperlinks.

According to this research, we know that the website of kitabisa.com has a very detailed look, provides support features to facilitate fundraisers in fundraising activities, can be viral because of hyperlinks, and each campaign that has been registered will get a special URL, the quality of campaign fundraising is very important. In addition, fundraising activities through the website of kitabisa.com are used by process. The fundraising feature can be used in delivering requests more clearly and in detail. Hyperlinks or custom URLs make it easy for fundraisers to spread information. Kitabisa website is an open platform that provides media only. The update feature on kitabisa is used to report any activities that the fundraiser has done, so it can be trusted. It can also be used to thank the donors.

Keywords : *Website kitabisa.com, fundraising, website usage*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggalangan dana atau sering disebut dengan *fundraising* mulai marak dilakukan di Indonesia. Kesadaran untuk membantu orang lain sudah mulai muncul dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir ini. Tingginya tingkat kedermawanan masyarakat kita itu terlihat dalam lima tahun terakhir dan menemukan momentumnya saat krisis ekonomi berkepanjangan dan bencana alam secara beruntun melanda negeri ini (Abidin, 2003: 22).

Kedermawanan ini dipicu dengan munculnya berbagai bencana yang melanda Indonesia seperti gempa, tsunami, dan masalah sosial, sehingga mengakibatkan banyaknya korban yang berkelanjutan serta kemiskinan di Indonesia. Maka dari itu, mereka sangat membutuhkan uluran tangan dari orang lain untuk meringankan beban yang dialami, dan sudah selayaknya bagi masyarakat sosial untuk saling membantu satu sama lain dalam hal kebaikan dengan memberikan sebagian hartanya untuk orang-orang yang membutuhkan.

Fundraising pun kerap digelar oleh sekelompok komunitas tertentu saat musibah bencana terjadi dengan turun ke jalan. Hanya dengan bermodalkan kardus dan spanduk mereka meminta sumbangan kepada para pengguna jalan, tak jarang pula mereka berorasi. Namun, *fundraising* yang dilakukan di jalan dapat mengganggu para pengguna jalan, seperti yang dipaparkan oleh wakil gubernur Jawa Timur, Saifulloh Yusuf kepada Tribun

news yang menyatakan bahwa banyak cara yang lebih beradab daripada menggalang dana dijalanan. Itu mengganggu pengguna jalan, bikin orang lain tidak nyaman (<http://surabaya.tribunnews.com>).

Fundraising yang dilakukan dijalanan dinilai kurang elok dan bukan merupakan cara yang tepat untuk menggalang bantuan untuk korban bencana. Penggalangan dana yang dilakukan di jalan raya atau di lampu merah juga sangat rentan terjadi kecelakaan. Selain itu, *fundraising* yang dilakukan di jalanan juga kurang dapat dipertanggungjawabkan. Karena ada potensi dana yang didapatkan disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, laporan penggunaan dana pun tidak dilakukan secara transparan, sehingga orang cenderung tidak percaya untuk berdonasi atau menyumbang.

Ada beberapa alasan orang atau lembaga donor menolak untuk menyumbang, diantaranya adalah tidak percaya orang yang menggalang dana (*fundraiser*-nya), tidak punya uang, tidak percaya organisasi/lembaganya, tidak percaya program yang ditawarkan (Kalida, 2012: 22). Disisi lain kegiatan *fundraising* yang dilakukan di jalanan banyak yang tidak berizin. Hal ini selaras dengan apa yang dipaparkan oleh kepala dinas sosial Palembang Faizal AR, kepada Antara Sumsel yang menyatakan bahwa selama ini banyak kelompok mahasiswa termasuk pelajar SMA menggalang dana untuk kegiatan sosial dengan meminta-minta di perempatan jalan dan tidak satupun yang berizin (<http://www.antarasumsel.com>). Fenomena lain

juga terjadi di Jakarta Selatan seperti yang dilansir dari new.detik.com, berikut:

Dua perempuan tua yang ditangkap Sudin Sosial Jaksel pada Minggu (6/4) sore. Ternyata, dua perempuan yang biasa beroperasi di kawasan Blok M, Jaksel dengan modus sumbangan untuk yayasan dan masjid ini melakukan penipuan. Setelah ditangkap dan diperiksa, tak ada yayasan dan masjid yang disebut di dalam surat map yang mereka edarkan. (news.detik.com)

Fundarising akan memberikan dampak negatif jika dilakukan sebagai modus untuk meraup keuntungan pribadi. Apalagi hal tersebut sudah terkoordinir oleh orang-orang tertentu atau dengan mempekerjakan orang lain dan nantinya bagi hasil. Hal tersebut sangat mengganggu warga karena niat baik mereka dikecewakan oleh sebagian orang yang tidak bertanggung jawab. Sehingga, hal tersebut mengurangi kepercayaan warga untuk menyumbangkan sebagian harta mereka kepada para *fundraiser* atau para penggalang dana yang dilakukan dijalanan.

Era globalisasi yang semakin canggih ini, *fundraising* dapat dilakukan dengan cara yang lebih menarik dengan jangkauan yang lebih luas yaitu dengan menggunakan media internet sebagai media untuk penggalangan dana sosial. Penggalangan dana sosial lewat media terbukti efektif dan mendapatkan dukungan yang luar biasa bila dilakukan saat terjadi musibah, bencana, atau kerusuhan yang menimbulkan banyak korban, baik jiwa maupun harta benda (Abidin, 2003: 39).

Fundraising dapat dilakukan melalui berbagai media baik media massa maupun media baru layaknya internet. Kampanye penggalangan dana lewat media massa (*media campaign*) tergolong salah satu strategi yang biasa

digunakan dalam menggalang dana sosial (*fundraising*). Selain menggunakan media massa, *media campaign* juga bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai bentuk media komunikasi lainnya, seperti spanduk, brosur, poster, baliho, atau internet (Abidin, 2003: 37).

Dibanding media massa penggunaan media baru seperti internet terhitung lebih mudah, murah dan efektif. Melalui media internet semua orang dapat menggunakannya untuk kepentingan pribadi, selain itu jangkauan yang luas juga sangat mendukung media ini dalam penggalangan dana. Apalagi masyarakat saat ini sudah sangat akrab dengan media internet itu sendiri, apalagi internet mengalami perkembangan yang luar biasa dari tahun ke tahun.

Internet mengalami perkembangan yang luar biasa, hal ini dapat dilihat pada tahun 1998 yang diperkirakan lebih dari 100 juta orang yang tersambung ke internet dan jumlah ini meningkat 2 kalinya pada tahun 1999 dan diperkirakan akan lebih meningkat lagi pada tahun 2000an (Klaus W dalam Tahir, 2013:10). Internet dapat membantu masyarakat untuk ikut andil dalam program *fundraising* dengan menyampaikan kabar maupun berita akan orang-orang yang berhak mendapatkan bantuan, sehingga penyampaian berita itupun dapat tersalurkan secara meluas dan orang-orang yang sedang dalam musibah pun dapat terbantu. Sebagaimana firman Allah SWT di dalam Al-Qur'an Surat al-Hijr ayat 55 sebagai berikut:

قَالُوا بِشَرِّنَاكَ بِالْحَقِّ فَلَا تَكُن مِّنَ الْقَنِيطِينَ ﴿٥٥﴾

Kami menyampaikan kabar gembira kepadamu dengan benar, Maka janganlah kamu Termasuk orang-orang yang berputus asa (QS. Al-Hijr: 55)

Salah satu media untuk menyampaikan informasi melalui internet adalah dengan adanya *website*. *Website* dapat digunakan untuk menyebarkan kabar mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penggalangan dana yang dapat menjangkau khalayak secara luas. *Fundraising* secara beramai-ramai atau patungan sudah sangat familiar di telinga masyarakat Indonesia, namun sistem patungan ini dilakukan melalui media internet (*web based fundraising*) atau juga sering disebut dengan *crowdfunding*.

Fundraising semacam ini merupakan hal yang masih asing di Indonesia, namun sudah marak dilakukan di luar negeri. Meskipun di luar negeri bukan hal baru, *crowdfunding* masih cukup asing di tanah air. Ia adalah konsep pendanaan kolaboratif (www.jpnn.com). Konsep kegiatan *fundraising* dalam *crowdfunding*, tidak hanya di dapatkan dari satu donor saja atau hanya segelintir saja, namun konsep dari *crowdfunding* ini ialah penggalangan dana dengan melibatkan banyak orang dan banyak pihak yang terkait. Semua orang ikut bergotong royong membantu mengumpulkan dana sehingga dapat membantu pihak yang membutuhkan.

Salah satu konsep *fundraising* berbasis internet yang akan diteliti oleh peneliti adalah *website* kitabisa.com. [Kitabisa.com](http://kitabisa.com) adalah *website* untuk penggalangan dana dan berdonasi secara online terpopuler di Indonesia (<https://kitabisa.com/about-us>). Selain *website* kitabisa.com ada beberapa *website* penggalangan dana yang ada di luar negeri maupun Indonesia

diantaranya adalah Kickstarter, Gofundme, Ayo Peduli.com, Patungan.net, wujudkan.com, dan lain-lain.

Website kitabisa tidak menyediakan dana sosial untuk masyarakat akan tetapi hanya sebagai media penggalangan dana saja atau *fundraising*. Melalui *website* ini orang-orang dermawan di Indonesia akan saling terhubung dan saling bahu membahu membantu satu sama lain untuk mewujudkan perubahan dalam hal kebaikan atas nama kemanusiaan. Orang-orang akan punya wadah untuk berbuat kebaikan, baik hanya dengan menyebarkan *campaign*, sebagai *fundraiser*, maupun sebagai donatur.

Pencapaian yang dialami kitabisa.com merupakan pencapaian yang sangat luar biasa. Pasalnya sejak di dirikan pada 2013 lalu, dan resmi didirikan pada tahun 2014 sudah banyak kampanye penggalangan dana yang *diposting* melalui *website* kitabisa.com, serta dapat mengumpulkan dana dengan jumlah yang banyak. Tercatat 3.545 kampanye yang terdani, Rp. 65.688.494.216 dana yang terkumpul, dan sebanyak 203.760 orang baik yang tergabung (<https://kitabisa.com/per> 12 Januari 2017). Data tersebut bukanlah data yang paten karena setiap harinya bahkan setiap jam data-data tersebut akan selalu berubah.

Saat ini orang sudah dimanjakan dengan adanya internet, sehingga sebagian orang lebih suka menyelesaikan berbagai urusan dari telepon genggam atau komputer yang terhubung dengan internet, dengan beberapa kali klik, berbagai urusan bisa diselesaikan, hanya dengan gerakan jempol masalah dapat terselesaikan. Layanan yang dihadirkan ke dekat mereka,

bukan mereka diminta mendatangi tempat menyalurkan zakat atau donasi (Print.kompas.com)

Internet memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka, terutama dalam hal sosial dan kemasyarakatan. Masyarakat dapat membantu orang lain yang ditimpa musibah dengan menggalang dana melalui *website*, disamping itu donatur maupun calon donatur akan dapat membantu dengan mudah tanpa harus mendatangi lembaga maupun orang yang ditimpa musibah. Hanya dengan *gadget* saja mereka sudah tahu informasi akan musibah-musibah yang dialami oleh orang lain dan hanya dengan menggerakkan jempol saja sudah dapat meringankan penderitaan mereka.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana *webiste* kitabisa.com digunakan sebagai media *fundraising*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *website* kitabisa.com digunakan sebagai media *fundraising*.

Sedangkan, kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan maupun acuan dalam hal penelitian mengenai penggunaan *website* sebagai media *fundraising*.

2. Manfaat Praktis

Memberikan rekomendasi kepada masyarakat bagaimana *website* digunakan sebagai media *fundraising*.

D. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelusuran peneliti terdapat beberapa penelitian yang memiliki kesamaan dan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut ini beberapa penelitian yang sudah ada sebelumnya:

Penelitian pertama dilakukan oleh Jiddatun Nihayah pada tahun 2016, Mahasiswi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Judul skripsi yang diangkat adalah Strategi Komunikasi Penggalangan Dana Sosial Sedekah Rombongan Melalui Instagram. Penelitian ini lebih menekankan pada perencanaan strategi komunikasi dana sosial Sedekah Rombongan melalui *Instagram*.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif sedangkan data yang diambil adalah dari akun *Instagram* Sedekah Rombongan yaitu @supdate, pendiri Sedekah Rombongan, dan desainer grafis *motivation image* di akun tersebut. Teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan perencanaan strategi yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan adalah pencapaian penggalangan dana sosial sesuai dengan target. Dalam skripsi tersebut terdapat perbedaan maupun persamaan dengan skripsi yang akan diteliti oleh

peneliti. Diantaranya ada beberapa persamaan yaitu penggunaan media internet sebagai media dalam penggalangan dana sosial atau *fundraising*. Selain itu, terdapat beberapa perbedaan, pada skripsi tersebut membahas mengenai perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan dengan model komunikasi *hierarchy effect*, sedangkan dalam skripsi yang akan diteliti oleh peneliti lebih membahas tentang Internet yang dijadikan sebagai media penggalangan dana sosial.

Penelitian kedua, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Jazaul Aufa pada tahun 2014, seorang mahasiswi Institut Pertanian Bogor Fakultas Ekologi Manusia Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat. Judul Skripsi yang diangkat adalah Efektivitas *Website* sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kampung Wisata Bisnis Tegal Waru, Ciampea, Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini menekankan pada efektivitas *website* sebagai media komunikasi pemasaran dalam mempengaruhi pengunjung untuk membeli produk dan mengikuti program-program pelatihan yang ditawarkan oleh Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif didukung data kualitatif untuk memperkaya analisis. Data diambil dari kampung Wisata Bisnis Tegalwaru di desa Tegalawaru, Ciampea, kabupaten Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini menekankan pada efektivitas *website* sebagai media komunikasi beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Jazaul Aufa,

efektivitas *website* sebagai media komunikasi pemasaran belum terbukti efektif. Dikarenakan, pengunjung mengunjungi *website* untuk mencari informasi lebih lanjut, bukan mengetahui Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru dari *website*. Pengunjung mengetahui Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru dari media lain (seperti televisi, kerabat, atau karena telah mengenal pendiri Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru terlebih dahulu).

Skripsi tersebut memiliki beberapa perbedaan maupun persamaan dengan skripsi yang akan diteliti oleh peneliti. Diantaranya ada beberapa persamaan yaitu sama-sama meneliti penggunaan *website*. Selain itu, terdapat beberapa perbedaan pada skripsi tersebut, diantaranya skripsi tersebut membahas mengenai efektivitas *website* sebagai media komunikasi pemasaran sedangkan peneliti membahas mengenai kegunaan *website* sebagai media penggalangan dana sosial, selain itu subjek penelitiannya pun berbeda, jika dalam skripsi tersebut meneliti tentang Kampung Wisata Bisnis Tegal Waru, Ciampea, Bogor, Jawa Barat. Maka subjek penelitian dari peneliti adalah *website* kitabisa.com.

Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Devis Singgih pada tahun 2013, Mahasiswa Institut Pertanian Bogor Fakultas Ekologi Manusia Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat. Judul skripsi yang diangkat adalah Penggunaan Internet sebagai Media Komunikasi dalam Menciptakan Hubungan Akrab. Penelitian ini lebih menekankan pada bagaimana internet digunakan sebagai media dalam menciptakan hubungan akrab.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif sedangkan data yang diambil adalah pengguna jasa warung internet yang diasumsikan memiliki kemampuan dalam menggunakan komputer serta jaringan internet, serta tergolong usia remaja dewasa awal. Teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan adalah kuesioner. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa penggunaan internet dalam berkomunikasi bisa menghasilkan hubungan akrab, meskipun tingkat kepercayaan dan keterbukaan pengguna internet tergolong rendah, namun tingkat kepedulian dan kasih sayang yang dirasakan adalah tinggi.

Skripsi tersebut memiliki beberapa perbedaan maupun persamaan dengan skripsi yang akan diteliti oleh peneliti. Diantaranya ada beberapa persamaan yaitu sama-sama meneliti penggunaan internet. Selain itu, terdapat beberapa perbedaan pada skripsi tersebut, diantaranya skripsi tersebut membahas mengenai media komunikasi dalam menciptakan hubungan akrab. Metode penelitian yang digunakan juga berbeda, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek penelitiannya pun berbeda, jika dalam skripsi tersebut meneliti tentang pengguna jasa warung internet dengan usia remaja dewasa awal maka subjek penelitian dari peneliti adalah *website* kitabisa.com.

E. Landasan Teori

1. Internet

Internet adalah jaringan komunikasi digital yang telah menghubungkan dari 25.000 jaringan dan hampir sampai seluruh negara di dunia (Sitompul dalam Tahir, 2013: 10). Internet yang dikenal saat ini merupakan jaringan yang berasal dari berbagai belahan dunia yang diciptakan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada awal tahun 1970an. Pada intinya Internet merupakan jaringan komputer yang tergabung satu sama lain melalui media komunikasi seperti kabel telepon, serat optik, satelit atau gelombang frekuensi.

Teknologi informasi yang sangat pesat telah membawa banyak perubahan terhadap pola kehidupan sebagian masyarakat, perubahan tersebut terjadi diberbagai lini kehidupan. Salah satunya dengan berkembangnya penggunaan teknologi internet ini yang merupakan perkembangan dari teknologi informasi.

Indonesia pertama kali terhubung dengan internet pada tahun 1993. Tahun berikutnya Indonesia telah mempunyai 32 (tiga puluh dua) jaringan yang tersambung ke internet (Sitompul dalam Tahir, 2013: 10). Jumlah jaringan internet yang masuk ke Indonesia masih relatif kecil dibanding dengan negara-negara lain seperti Amerika Serikat, dan Jerman.

Saat ini perkembangan teknologi Informasi dan komunikasi dengan internet memiliki perkembangan yang sangat pesat. Pesatnya pertumbuhan ini disertai dengan sistem transaksi secara elektronik atau digital. Selain

kemudahan dan efisiensi waktu serta uang, masih banyak keunggulan yang lebih menarik dari internet itu sendiri. seperti yang dipaparkan John Vivian. Menurut John Vivian (Vivian dalam Nasrullah 2014: 13-14) keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.

Media baru atau internet Pierre Levy (Levy dalam Littlejohn, 2008: 413) ia memandang bahwa adanya dua pandangan yang melatarbelakangi perbedaan antara era media pertama, dengan penekanannya pada penyiaran, dan era media kedua, dengan penekanannya pada jaringan. Kedua pandangan tersebut adalah pendekatan interaksi sosial (*social interaction*) dan pendekatan integrasi sosial (*social integration*).

Sistem komunikasi manusia sebagai akibat dari teknologi komunikasi baru salah satunya internet itu sendiri memiliki beberapa karakteristik, diantaranya adalah:

a. *Interactivity*

Kemampuan untuk "*talk back*" kepada penggunaanya artinya komponen teknologi elektronik yang ada memungkinkan adanya komunikasi dengan medianya secara *automatic* atau *mechanical reaction*, dan atau memungkinkan terjadi komunikasi interpersonal melalui media atau "*machine assisted interpersonal communication*" (Noegroho, 2010: 12-13).

b. *De-massified*

Kemampuan untuk menyampaikan pesan “khusus” antar individu dalam *audience* yang sangat banyak. Mirip bentuk komunikasi antar persona pada media baru tersebut, meskipun mereka tidak bertemu secara *face to face*.

c. *Asynchronous*

Kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan pada waktu yang tepat pada individu. Sebagai contoh individu dapat membuka *e-mail* dimana dan kapan dia suka “*whenever log-on*”.

2. *Website*

Website merupakan salah satu media dalam internet yang digunakan untuk menyampaikan berbagai Informasi. Situs merupakan satu alamat domain yang berisi informasi, data, visual, audio, memuat aplikasi, hingga berisi tautan dari halaman *web* lainnya, seperti; www.kompas.com (Nasrullah, 2014: 25).

Pada tahun 1993 lahir *world wide web* di internet dengan *browser* grafis pertama, *mosaic*, dan halaman *web* seperti dikenal saat ini oleh *National Center for Supercomputing Applications* (NCSA) yang ada di *University Illinois Urbana Champaign* (Kemendagri, 2014: 19-20). Terobosan baru dari internet ini telah mengubah wajah dunia dalam kebebasan menyuarakan pendapat dan mengakses berbagai informasi.

Kata “*web*” merupakan sistem dari *server* komputer yang terkoneksi melalui jaringan internet dan dengannya bisa dilakukan

pertukaran data, dan secara formal terbentuk dari suatu bahasa pemrograman seperti HTML (*Hyper Text Markup Language*), *Flash*, atau *Java*. (Nasrullah, 2014: 24). *Web* merupakan bagian dari internet sebagai tempat untuk transfer data, maupun melakukan komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Namun, pada akhirnya *web* inilah yang mendominasi internet dalam penggunaannya seperti yang diungkapkan Thurlow (Thurlow dalam Nasrullah, 2014: 25) bahwa keberadaan *web* pada saat ini lebih mendominasi internet itu sendiri. Hal ini dikarenakan hampir semua aplikasi untuk pertukaran data dan/atau komunikasi diinternet menggunakan *web*. *Web* dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu: (Oetomo, 2007: 145).

- a. *Web Search engine*: adalah *web* yang memiliki kemampuan untuk melakukan pencarian dokumen berdasarkan kata kunci tertentu. Contoh: Google dan Alltheweb.
- b. *Web Portal*: adalah *web* yang berisi kumpulan link, search engine, dan informasi. contoh: Yahoo dan AOL.
- c. *Web Perusahaan*: adalah *web* yang mendeskripsikan suatu perusahaan, layanan, fasilitas, dan segala sesuatu tentang perusahaan. Contoh: Andi Publisher dan Indosat.
- d. *Web Pribadi*: adalah *web* yang memberikan profil pemilik *web*.

Fitur *website* yang terkesan lebih formal, terbuka, fleksibel dan dinamis ini membuat banyak pengguna internet memanfaatkannya untuk melakukan berbagai kegiatan baik politik, sosial, ekonomi, dan lain-lain.

Dalam bukunya *Cyberculture*, Pieere Levy memandang *world wide web* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat (Littlejohn, 2008: 413).

Web memiliki fitur yang menarik sehingga banyak digunakan untuk berbagai macam kegiatan, baik ekonomi, sosial, pendidikan dan lain-lain. Dalam penggalangan dana sosial, media memiliki tiga fungsi sebagai media komunikasi yaitu: pertama, mengkomunikasikan dan mempromosikan berbagai program, khususnya *fundraising*. Kedua, media berfungsi sebagai sarana untuk “merawat” donatur. Ketiga, media bisa juga digunakan untuk mendapatkan pendapatan (*income*) khususnya lewat iklan (Abidin, 2003: 37-38).

Website bagi sebuah perusahaan merupakan sarana komunikasi yang pertama ketika masyarakat membutuhkan informasi suatu perusahaan maupun organisasi hal tersebut dapat dilihat dari tampilan pada sebuah *web*. *Web presentation* atau tampilan pada sebuah *web* adalah kumpulan terkait, halaman *web hyperlink* yang biasanya memiliki beberapa tema dasar. Penggunaan *website* dapat efektif jika tampilan pada sebuah *website* memiliki daya tarik bagi para pengunjung, karena tampilan *web* berorientasi visual, pengunjung pun dapat dengan mudah menerima pesan hanya dengan melirik beberapa halaman.

Tampilan *website* yang efektif tidak lepas dari elemen-elemen penting yang mendasari, berikut elemen-elemen tampilan *website* yaitu: (Greenlaw, 2002: 162-163):

a. *Details* (Detail)

Tampilan yang diberi sentuhan dan dikelola dengan baik akan dapat membuat kesan positif pada pembaca. Hal tersebut dapat dilihat dari latar belakang warna, *headears*, *footer*, dan ukuran *font* yang sesuai merupakan hal yang penting. *Typos*, gambar kurang selaras, dan skema warna yang kontras dapat menciptakan citra negatif.

b. *Coding* (Sandi/kode)

Seorang programmer HTML kompeten menggunakan unsur-unsur yang sesuai gaya, bukan untuk unjuk gigi, namun untuk berkontribusi pada kualitas keseluruhan tampilan pada *website*. Halaman yang terlalu sederhana dapat menunjukkan kurang mahirnya *designer* tentang akan *design*, dan halaman yang berantakan menunjukkan miskinnya sebuah *design*.

c. *Features* (Fitur)

Fitur dalam tampilan sebuah *website* dapat meningkatkan suasana dan membuat menarik halaman *website* seperti penambahan sedikit "lonceng dan peluit" pada halaman *website*.

d. *Layout* (Susunan)

Halaman *website* visual menarik serta menyediakan navigasi yang mudah, akan dikunjungi oleh lebih banyak pengguna. Tata letak

yang minim akan mencegah pengunjung dari menghabiskan terlalu banyak waktu di halaman *website*.

e. *Writing Quality* (Kualitas Penulisan)

Penulisan yang baik dan gaya yang menarik juga diperlukan untuk tampilan *website* yang solid.

f. *Load Time* (Muatan Waktu)

Beberapa pengguna memiliki koneksi *dial-up*, tampilan *website* harus diperhatikan agar tidak memasukkan terlalu banyak grafis dalam ukuran *bytes* yang besar. Selain itu, pengguna harus diberikan pilihan untuk *men-download* gambar besar secara terpisah. Jika pengguna merasa frustrasi selama proses *loading*, mereka cenderung baik untuk menghentikan dan menutup halaman *website*.

g. *Hyperlinks* (Pranala)

Navigasi merupakan elemen kunci untuk setiap tampilan *web* yang baik. Jika pengunjung dapat bergerak di sekitar halaman *website* dengan mudah, mereka akan lebih terkesan. Jika mereka dapat dengan mudah tersesat dan tidak dapat menemukan informasi yang diinginkan, pengunjung mungkin menjadi frustrasi. Namun, hal ini juga memungkinkan untuk memasukkan banyak menu sehingga memudahkan pengunjung untuk mencari info yang diinginkan. Sebagai contoh, beberapa tampilan termasuk ikon rumah, gambar jari telunjuk, dan frase "*Return Home*".

Website mempunyai fungsi yang bermacam-macam tergantung tujuan dan jenis *website* yang dibangun, tetapi secara garis besar dapat berfungsi sebagai berikut: (Darmawan, 2013: 5)

a. Media Promosi

Media promosi dapat dibedakan menjadi media promosi utama, misalnya *website* yang berfungsi sebagai *search engine* atau toko online, atau sebagai penunjang promosi utama. Namun, *website* dapat berisi informasi yang lebih lengkap daripada media promosi *offline* seperti koran atau majalah.

b. Media Pemasaran

Melalui toko online atau sistem afiliasi, *website* merupakan media pemasaran yang cukup baik karena dibandingkan dengan toko sebagaimana dunia nyata. Untuk membangun toko online diperlukan modal yang relatif kecil, dan dapat beroperasi 24 jam walaupun pemilik *website* tersebut sedang istirahat atau sedang tidak ditempat, serta dapat diakses dari mana saja.

c. Media Informasi

Website portal dan radio atau TV online menyediakan informasi yang bersifat global, karena dapat diakses dari mana saja selama dapat terhubung ke internet. Sehingga, dapat menjangkau lebih luas daripada media informasi konvensional, seperti koran, majalah, radio, atau televisi yang bersifat lokal.

d. Media Pendidikan

Website sebagai media pendidikan khusus berisi informasi atau artikel yang sarat dengan informasi ilmiah misalnya wikipedia.

e. Media Komunikasi

Sekarang banyak terdapat *website* yang dibangun khusus untuk berkomunikasi seperti forum yang dapat memberikan fasilitas bagi para anggotanya untuk saling berbagi informasi atau membantu pemecahan masalah tertentu.

3. Penggalangan Dana (*Fundraising*)

Fundraising merupakan istilah dari penggalangan dana yang dilakukan dalam upaya membantu masyarakat yang membutuhkan. *Fundraising* diartikan sebagai kerangka konsep tentang suatu kegiatan dalam rangka penggalangan dana dan daya lainnya dari masyarakat yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga sehingga mencapai tujuan (Juwaini dalam Huda, 2012 : 27).

Sedangkan menurut Suparman (Suparman dalam Huda, 2012 : 27) *fundraising* diartikan sebagai konsep dalam upaya mengembangkan usaha-usaha sosial (*social enterprise*). Jadi, *fundraising* dapat diartikan sebagai konsep penggalangan dana dari masyarakat baik individu, organisasi maupun badan hukum, guna mempengaruhi masyarakat sehingga timbul rasa kepedulian serta

motivasi untuk mendonorkan sebagian hartanya demi terwujudnya tujuan-tujuan sosial.

Fundraising juga bisa disebut dengan istilah *friend-raising* yaitu membangun hubungan dengan banyak individu yang memiliki niali dan orientasi yang sama, karena dalam *fundraising* bukan saja dana yang digalang tetapi juga sahabat, saudara, pendukung dan lain-lain (Kalida, 2012: 16). Dalam kerja *fundraising* ini tidak hanya dana yang galang, namun juga menggalang teman-teman yang bisa mendukung baik sebagai donatur, relawan, pendukung, maupun sebagai media. Dalam hal ini, konsep *fundraising* yang ditawarkan oleh Holloway dan Saidi, dkk (Holloway dalam Huda, 2012 : 28) terdiri dari tiga kategori yaitu:

a. Mengakses sumber dana/daya

Mengakses sumber dana/ daya ini dapat berupa harta bergerak maupun tidak bergerak dari masyarakat.

b. Menciptakan sumber dana/daya

Menciptakan sumber dana/ daya yang baru dari aset yang sudah ada melalui produktivitas aset tersebut.

c. Mendapatkan keuntungan dari sumber daya

Keuntungan ini diambil dari sumber daya nonmoneter, seperti kerelawanan/volunter, barang peralatan/*in kind*, *brand image* lembaga dan sebagainya.

Fundraising dalam suatu lembaga maupun organisasi memiliki peran yang sangat penting yang tidak bisa dihindarkan lagi. Disebabkan aktivitas *fundraising* menentukan masa depan suatu lembaga atau organisasi. Dari *fundraising* inilah suatu lembaga bisa meningkatkan kredibilitas atau *image* suatu lembaga dalam masyarakat. Karena, dapat mengurangi ketergantungan pada satu pihak donor saja, selain itu dengan adanya *fundraising* dapat menjamin keberlanjutan gagasan dan manfaat dari hasil program yang telah dicanangkan.

Kegiatan galang dana atau *fundraising* memang penting, namun hal tersebut akan sulit untuk berhasil jika mengabaikan prinsip-prinsip dari *fundraising* itu sendiri, adapun prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut: (Norton dalam Huda, 2012 : 31-33)

a. Harus Meminta

Donatur biasanya memberi donasi karena diminta meski tanpa mengharapkan imbalan, ada juga bagi sebagai donatur bahwa memberikan donasi dapat menaikkan taraf hidup dalam masyarakat, selain itu juga karena butuh penghargaan.

b. Berhubungan dengan Orang Lain

Semakin banyak berhubungan, berteman, berkenalan, dan mempunyai jaringan luas maka donasi yang masuk juga semakin besar.

c. Menjual

Menjual disini dimaksudkan untuk menunjukkan kepada calon donatur bahwa ada kebutuhan yang membutuhkan uluran tangan, dan meyakinkan bahwa hal tersebut penting sehingga orang mau berdonasi pada kampanye tersebut. Disamping itu, sebuah lembaga melakukan hal tersebut untuk menunjukkan bahwa penggalangan dana atau *fundraising* yang dilakukan dapat membuahkan hasil yang lebih baik

d. Kepercayaan dan Hubungan Masyarakat

Pada umumnya masyarakat akan lebih suka memberikan donasi pada lembaga-lembaga yang dikenal dan dapat dipercaya. Berita melalui media juga menjadi penting, seperti: membeberkan hasil-hasil yang dicapai, mendapatkan, dan menyebarkan komentar mengenai mutu kegiatan lembaga.

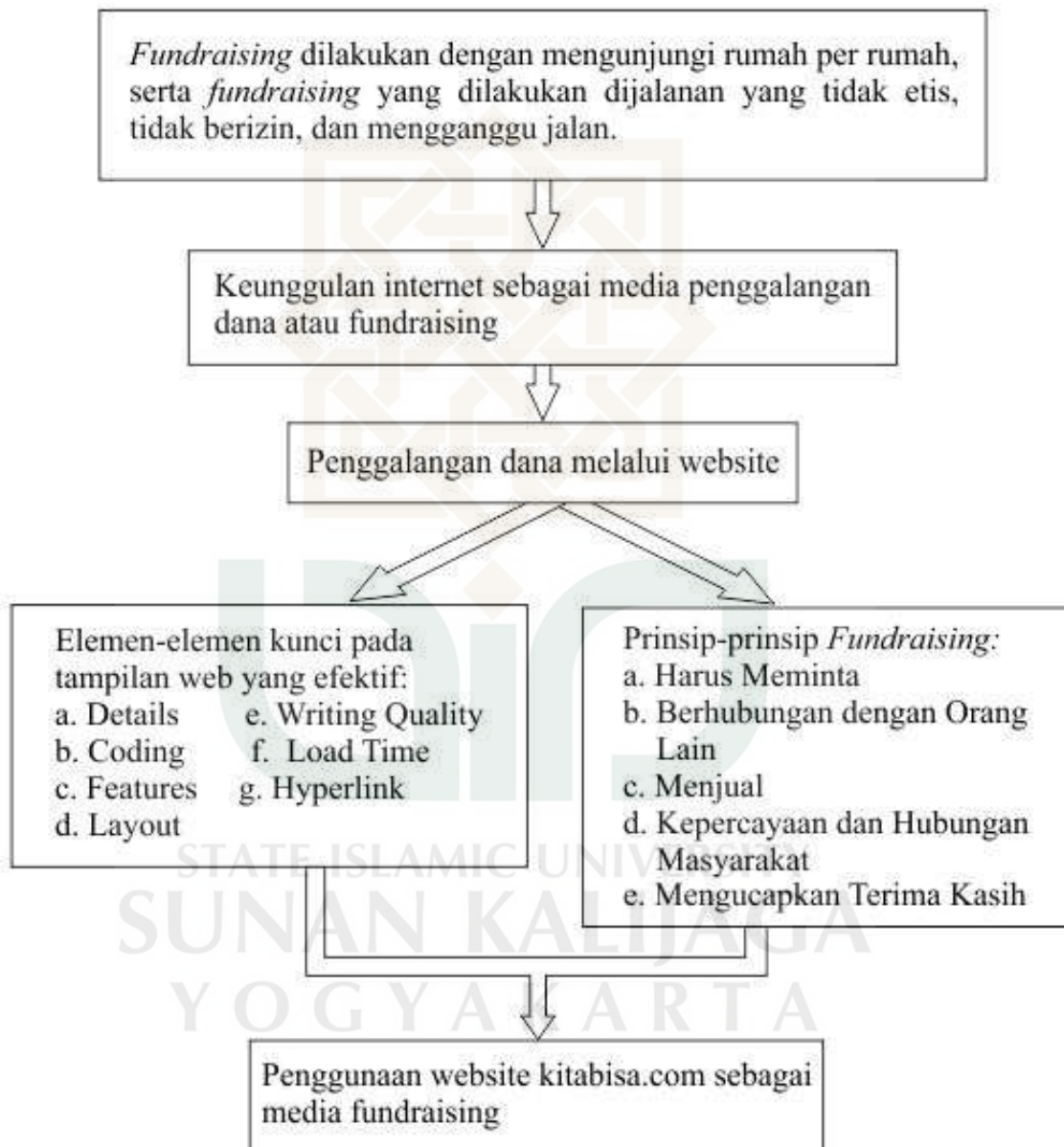
e. Mengucapkan Terima Kasih

Mengucapkan terima kasih merupakan cara untuk menghargai dan mengakui kedermawanan donatur.

Aktivitas *fundraisning* tidak hanya sekadar penggalangan dan pemberian dana, namun harus disertai dengan adanya komunikasi dan saling empati, serta adanya saling kepercayaan antara penggalang dana dengan donatur maupun calon donatur harus ditingkatkan.

F. Kerangka Berpikir

Gambar 1.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Peneliti

Dilihat dari kerangka berpikir diatas, peneliti ingin meneliti bagaimana *website* kitabisa.com digunakan sebagai media penggalangan dana. Mulanya peneliti melihat fenomena yang terjadi dalam penggalangan dana sebelum-sebelumnya yang dilakukan di jalan-jalan yang pada hakikatnya mengganggu para pengguna jalan dan sebagian besar tidak berizin. Selanjutnya peneliti akan menganalisis penggunaan *website* menggunakan elemen-elemen yang digunakan pada tampilan *website* yaitu *details*, *coding*, *feature*, *layout*, *writing quality*, *load time*, dan *hyperlinks*.

Selanjutnya dalam penggalangan dana sosialnya akan di lihat dari prinsip-prinsip yang mendasarinya yaitu harus meminta, berhubungan dengan orang lain, menjual, kepercayaan, hubungan masyarakat, dan mengucapkan terima kasih. Dari analisis tersebut peneliti dapat mengetahui bagaimana kitabisa.com digunakan sebagai media kampanye dalam penggalangan dana sosial.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif menurut Kirk dan Miller (Kirk dalam M.Hikmat, 2011: 38) menyebutkan, pendekatan kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.

Sedangkan deskriptif menurut Gay (Gay dalam M.Hikmat, 2011: 44) studi deskriptif adalah kegiatan yang meliputi pengumpulan data dalam rangka menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang menyangkut keadaan pada waktu yang sedang berjalan dari pokok suatu penelitian. Metode penelitian deskriptif menggambarkan tentang situasi maupun kejadian, sehingga berkehendak mengadakan akumulasi-akumulasi dasar.

Penelitian komunikasi kualitatif biasanya tidak dimaksudkan untuk memberikan penjelasan-penjelasan (*explanations*), mengontrol gejala-gejala komunikasi, mengemukakan prediksi-prediksi, atau untuk menguji teori apapun, tetapi lebih dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran dan/atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi (Pawito, 2007: 35).

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian merupakan sumber data utama dari suatu penelitian. Sumber data dari penelitian ini adalah *crew* kitabisa.com dan *website* kitabisa.com.

b. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu bagaimana penggunaan *website* kitabisa.com sebagai media *fundraising*.

3. Waktu dan Target Penelitian

Peneliti telah melakukan penelitian dari bulan Maret hingga Juli 2017 pada pengelola atau *crew website* kitabisa.com, dan *website* kitabisa.com itu sendiri.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang digunakan dalam penelitian dalam hal ini data primer dapat diperoleh menggunakan metode wawancara. Sedangkan data sekunder merupakan data-data yang digunakan sebagai pendukung dalam sebuah penelitian, seperti catatan-catatan, arsip berita mengenai objek penelitian, foto-foto, dan lain-lain sebagai pelengkap data primer. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan beberapa cara dalam memperoleh data yaitu:

a. Wawancara

Interview (wawancara) merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti (Pawito, 2007: 132).

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara via telepon, jadi tidak bertatap muka langsung dengan informan. Adapun narasumber pada penelitian ini, adalah:

1. Siti Desire

Siti Desire Nafisha merupakan staff kitabisa yang awalnya menjabat sebagai *support campaign* kitabisa dan sekarang menjabat sebagai *Marketing & Partnership Manager*.

2. Brenda Imanuddin

Ia juga merupakan staff kitabisa, yang menjabat sebagai supervisor HR & GA kitabisa. Namun, pada tanggal 06 Agustus 2017 ia *resign* dari kitabisa sehingga posisinya dihandle sementara oleh Amalia Kasih. Maka dari itu, kelanjutan wawancara untuk Brenda diwakili oleh Amalia Kasih.

b. Dokumentasi

Dokumentasi berupa pengumpulan data berupa dokumen-dokumen, baik dalam bentuk laporan maupun dalam bentuk lain seperti foto-foto maupun data-data lain yang relevan dengan penelitian ini dapat digunakan sebagai kelengkapan data.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan teori analisis yang lazim disebut dengan *interactive model* milik Miles dan Huberman (1994). Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*) (Punch dalam Pawito, 2007: 104).

Adapun penjelasan dari teknik analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Pada langkah reduksi data, peneliti dapat melibatkan 3 tahap, diantaranya adalah:

1. Tahap ini peneliti dapat melibatkan beberapa langkah seperti *editing*, pengelompokan, dan meringkas data.
2. Pada tahap ini peneliti menyusun catatan-catatan mengenai segala hal yang berkaitan dengan tema-tema, kelompok-kelompok maupun pola-pola data yang diinginkan.
3. Pada tahap ini peneliti menyusun rancangan konsep-konsep serta penjelasan yang berkenaan dengan tema, pola, maupun kelompok yang bersangkutan.

b. Penyajian Data (*data display*)

Komponen kedua analisis data model interaktif adalah penyajian data. Pada komponen ini melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yaitu mengaitkan data yang satu dengan lainnya sehingga seluruh data dapat dianalisis dan dilibatkan dalam satu kesatuan.

c. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*)

Komponen terakhir ini, peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan data-data yang diperoleh atau kecenderungan terhadap penyajian data yang telah dibuat.

6. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan hal yang sangat krusial dalam penelitian kualitatif. Keabsahan data digunakan untuk mengukur kualitas atau sebagai uji validitas data dari penelitian tersebut agar data yang berhasil dikumpulkan bersifat *valid* dan *reliable*. Dalam hal ini peneliti menggunakan triangulasi data sebagai uji validitas data atau keabsahan data.

Triangulasi data memiliki beberapa jenis teknik, yaitu triangulasi data (sering kali juga disebut dengan triangulasi sumber), triangulasi metode, triangulasi teori, dan triangulasi peneliti (Patton dalam Pawito, 2007: 99). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data atau sumber, yaitu menunjuk pada sumber-sumber yang lebih bervariasi guna mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti. Peneliti mewawancarai dosen Ilmu Kesejahteraan Sosial Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yaitu Aryan Torrido sebagai pakar atau ahli.

Selain triangulasi data, peneliti juga menggunakan triangulasi teori yaitu upaya peneliti dalam menggunakan perspektif teori yang bervariasi dalam menginterpretasi data yang sama.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Website kitabisa.com memiliki tampilan yang sangat detail, menyediakan fitur-fitur dukungan untuk memudahkan para *fundraiser* dalam melakukan kegiatan *fundraising*. Kegiatan *fundraising* yang dilakukan dengan menggunakan media *website* akan menjadi viral karena adanya *hyperlink*, dan setiap *campaign* yang telah terdaftar akan mendapat URL khusus, kualitas penulisan *campaign* penggalangan dana sangat penting. Sedangkan untuk *load time* dan *coding* penulis tidak membahas pada penelitian ini.

Sedangkan dalam proses penggunaannya *website* kitabisa.com dapat digunakan dengan memanfaatkan fitur penggalangan dana dalam menyampaikan permintaan akan dana yang dibutuhkan dengan lebih jelas dan detail. Melalui *hyperlink* atau URL khusus yang diberikan kepada setiap *campaign* memudahkan para *fundraiser* untuk menyebarkan informasi tersebut melalui jejaring sosial yang mereka miliki, dan semakin banyak teman yang dimiliki maka semakin banyak peluang donasi yang masuk. Dalam penggunaannya pihak kitabisa menyarankan untuk memberikan donasi kepada orang-orang yang dikenal terlebih dahulu atau yang telah memiliki donatur.

Website kitabisa bersifat *open platform* yang hanya menyediakan medianya saja, sehingga dalam penggunaannya seperti promosi, pembuatan *campaign*, dan lain-lain ditanggung oleh pihak *fundraiser*. selain itu, untuk Fitur *update* pada kitabisa digunakan untuk melaporkan segala kegiatan yang

telah *fundraiser* lakukan, melalui fitur ini laporan akan langsung terkirim otomatis ke email donatur masing-masing, sehingga dapat dipercaya. Selain itu melalui *website* ini para *fundraiser* dapat menggunakannya untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada donatur melalui fitur-fitur yang tersedia di kitabisa.com, terutama fitur *update*.

Menjadikan *website* sebagai media *fundraising* merupakan langkah yang tepat, selain menjadi lebih mudah dalam penggunaannya. Dengan cara seperti dapat dengan mudah digunakan oleh para *fundraiser* yang ingin menggalang dana. Orang menjadi berlomba-lomba berbuat kebaikan dan juga dapat merasakan penderitaan orang lain melalui deskripsi suatu *campaign*. Langkah ini dapat menjadi perubahan yang berdampak besar bagi lingkungan sekitar.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan yang telah dipaparkan secara rinci pada bab sebelumnya, maka berikut ini adalah beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menurut peneliti. Akan lebih menarik jika penelitian selanjutnya fokus pada salah satu fenomena *fundraising* yang ada di kitabisa.com saja. Semisal meneliti tentang zakat atau *birthday fundraising* yang merupakan bagian dari program kitabisa. Sehingga pembahasannya akan fokus dan dapat mengupas secara mendalam terkait *fundraising*.

2. Bagi Lembaga Lain dan Orang Umum

Website kita bisa yang ingin menggalang dana, *website* kita bisa dapat menjadi rujukan yang sangat tepat. *Website* ini dapat dijadikan contoh sebagai media *fundraising* yang transparan, kredibel dan terpercaya. Selain itu, pencarian informasinya pun sangat mudah.

3. Bagi Dosen dan Penulis Artikel Lain

Penulis berharap dapat mendorong pencarian informasi akademis yang berkualitas. Dan dapat menjadi rujukan atau acuan penulis lain, dalam hal penulisan, sumber, *profile* dan lain-lain, sehingga untuk penulis-penulis selanjutnya dapat dengan mudah mencari sumber-sumber yang relevan dan memudahkan mereka untuk melakukan penelitian yang berkualitas.

C. Penutup

Puji Syukur saya haturkan kepada Allah SWT, dan tak lupa shalawat serta salam saya haturkan kepada nabi Muhammad saw, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi yang telah dibuat jauh dari kata sempurna, namun peneliti sangat berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi orang lain.

Peneliti juga berharap kritik dan saran yang membangun sehingga penelitian yang dilakukan dapat menjadi lebih baik. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menginspirasi. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya. 2011. Ditashihkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia. Jakarta: Almahira.
- Abidin, Hamid, dkk. 2003. *Galang Dana Ala Media*. Jakarta: Yayasan Pirac.
- Greenlaw, Raymond, dkk. 2002. *Fundamentals of the Internet and the World Wide Web*. New York: MC Graw Hill.
- Huda, Miftahul. 2013. *Peneglolaan Wakaf dalam Perspektif Fundraising*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Kalida, Muhsin. 2012. *Fundraising: Taman Baca Masyarakat (TBM)*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Littlejohn, Stephen W, dan Keren A.Foss. 2009. *Teori Komunikasi : Theories of human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- M.Hikmat. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nasrullah, Rully. 2012. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Noegroho, Agoeng. 2010. *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma, dkk. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi.
- Ph.D, Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Tahir, Ach. 2013. *Cyber Crime: Akar Masalah, Solusi, dan Penanggulangannya*. Yogyakarta: Suka Press.
- Tim Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosia untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI.
- Yuhefizar. 2013. *Cara Mudah Dan Murah Membangun dan Mengelola Website*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Skripsi

Aufa, Jazaul. 2012. *Efektivitas Website sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kampung Wisata Bisnis Tegal Waru, Ciampea, Bogor, Jawa Barat*. Bogor: Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.

Nihayah, Jiddatun. 2016. *Strategi Komunikasi Penggalangan Dana Sosial Sedekah Rombongan Melalui Instagram*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Singgih, Devis. 2011. *Penggunaan Internet sebagai Media Komunikasi dalam Menciptakan Hubungan Akrab*. Bogor: Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.

Internet

<http://citizen6.liputan6.com/read/2942402/khofifah-dana-beli-fortuner-dan-iphone-bukan-di-kitabisacom> diakses Kamis, 18 Mei 2017 pukul 10.45

<http://kbbi.web.id/dana> diakses pada 16 Januari 2017 pukul 12.17

<http://kbbi.web.id/sosial> diakses pada 16 Januari 2017 pukul 12.18

<https://kitabisa.com/> diakses pada Kamis, 12 Januari 2017 pukul 13.46

<https://kitabisa.com/bantukizzy> diakses pada Senin, 17 Juli 2017 pukul 10.22

<https://kitabisa.com/login> diakses pada Kamis, 15 Desember 2016 pukul 11.19

<http://news.detik.com/berita/2548474/awas-para-penipu-yang-berkedok-sumbangan-untuk-masjid-gentayangan-di-jakarta> diakses pada Kamis, 23 Februari 2017 pukul 09.11

<https://news.detik.com/berita/d-3488940/kitabisa-tutup-halaman-penggalangan-dana-cak-budi> diakses pada Kamis, 18 Mei 2017 pukul 10.45

<http://patungan.net/> diakses pada Sabtu, 17 Desember 2016 pukul 09.28

<http://surabaya.tribunnews.com/2016/12/09/gus-ipul-larang-galang-dana-aceh-di-jalanan-ini-alasannya> diakses pada 09 Januari 2017 pukul 12.03

<http://tekno.liputan6.com/read/2835717/kitabisacom-ingin-boyong-nilai-gotong-royong-ke-dunia-digital> diakses pada Rabu, 12 Juli 2017 pukul 12.07

<http://www.jpnn.com/read/2012/07/13/133648/Mewujudkan-Ide-Kreatif-Melalui-Crowdfunding,-Konsep-Pendanaan-Kolaboratif-> diakses pada Kamis, 15 Desember 2016 pukul 10.35

<https://www.slideshare.net/MalikAbdulJabbarZen/kita-bisa-crowdfunding-guide-book>

<http://www.antarasumsel.com/berita/280066/mahasiswa-dilarang-menggalang-dana-di-jalanan> diakses pada 09 Januari 2017 pukul 12.15

<https://www.youtube.com/watch?v=nQI7Wrd9HJk> diakses pada Kamis, 18 Mei 2017 pukul 09.31 WIB

Print.kompas.com/baca/sosok/2016/06/25/Kita-Bisa-Berbagi diakses pada 12 Januari 2017 pukul 14.16



LAMPIRAN

List Pertanyaan Wawancara

Penelitian Internet Sebagai Media *Fundraising*

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan *Website* kitabisa.com)

Peneliti : Nurul Fauziah

NIM : 13730100

Dosen Pembimbing : Dr. Iswandi Syahputra, M.Si

No	Pertanyaan	Lingkup Jawaban
1	Gagasan awal apa yang mendasari penggunaan <i>website</i> ?	Latar belakang yang mendasari penggunaan <i>website</i> .
2	Apakah sebelum menggunakan <i>website</i> dilakukan riset khalayak media?	Riset-riset yang dilakukan sebelum menggunakan <i>website</i> .
3	Program <i>fundraising</i> seperti apa yang dilakukan?	Program <i>fundraising</i> seperti apa yang dilakukan dan ingin dilakukan.
4	Apakah program <i>fundraising</i> tersebut diproduksi di <i>website</i> ?	Program <i>fundraising</i> seperti apa yang dipublish di <i>website</i> .
5	Apakah konten yang diproduksi tersebut sesuai dengan riset sebelumnya?	Program <i>fundraising</i> yang dipublish sesuai dengan riset khalayak yang dilakukan.
6	Apakah terdapat SOP (<i>System Operating Procedure</i>) dalam penggunaan <i>website</i> ?	SOP (<i>System Operating Procedure</i>) dalam penggunaan <i>website</i> kitabisa.com.
7	Apakah hanya konten yang menjual dan berisi permintaan penggalangan dana saja yang dipublish?	Pemilihan konten yang dipublish di <i>website</i> kitabisa.com.
8	Apakah terdapat pelatihan bagi admin <i>website</i> kitabisa.com dan para <i>fundraiser</i> ?	Pelatihan yang dilakukan terhadap admin dan <i>fundraiser</i> sebelum menggunakan <i>website</i> atau saat menggunakannya.

9	Bagaimana jika admin atau <i>fundraiser</i> melanggar SOP (<i>System Operating Procedure</i>)?	Hukuman bagi admin atau <i>fundraiser</i> .
10	Apa ada <i>reward</i> atau hadiah bagi <i>fundraiser</i> yang berhasil mengumpulkan donasi terbanyak?	<i>Reward</i> seperti apa yang diberikan kepada <i>fundraiser</i> yang berhasil mengumpulkan donasi.
11.	Apa terdapat peraturan bagi <i>fundraiser</i> dalam menanggapi komentar atau pertanyaan di <i>website</i> kitabisa.com?	Peraturan dalam menanggapi komentar atau pertanyaan di <i>website</i> kitabisa.com.
12	Apakah ada evaluasi setiap minggu atau bulan?	Evaluasi yang dilakukan dalam penggunaan <i>website</i> kitabisa.com.
13	Apa saja hambatan dan kelemahan yang ada dalam penggunaan <i>website</i> ?	Hambatan dan kelemahan <i>website</i> kitabisa.com dalam program <i>fundraiser</i> .
14.	Bagaimana solusi dalam mengatasi hambatan dan kelemahan penggunaan <i>website</i> ?	Solusi dalam mengatasi hambatan dan kelemahan penggunaan <i>website</i> .

List Pertanyaan Wawancara
Penelitian Internet Sebagai Media *Fundraising*
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan *Website* kitabisa.com)

Nama Nara Sumber: Siti Desire Nafhisa

Jabatan : *Marketing & Partnership Manager*

Waktu : 7/4/17

No.	Pertanyaan Penelitian	Pertanyaan Wawancara	Hasil
1.	Mengapa <i>website</i> digunakan sebagai media <i>fundraising</i> ?	Gagasan awal apa yang mendasari penggunaan <i>website</i> ?	- Kitabisa.com itu sebuah <i>website crowdfunding</i> atau penggalangan dan untuk berdonasi. Jadi awalnya <i>founder</i> Alfatih Timur atau sering disebut kak Timi itu dulu aktivis gitu waktu jadi mahasiswa kemudian setelah lulus beliau kerja menjadi asistennya prof Renal Khasali, kemudian setelah berjalan, sebenarnya kitabisa.com ini <i>crowdfunding</i>, <i>crowdfunding</i> ini bukan hal baru gitu, karena <i>crowdfunding</i> sendiri diluar negeri juga ada, kalau dicari itu ada..... atau kick stater atau... banyak deh. - Permasalahannya yang ditemukan yaitu tentang penggalangan dana, apalagi <i>crowdfunding</i> itu sendiri sudah terkenal diluar negeri, akhirnya Alfatih sendiri berpikir bahwa hal ini dapat diterapkan di Indonesia. akhirnya kak Timi melakukan digitalisasi pergerakan sosial.
		Apakah sebelum menggunakan	-Oh iya, jadi sebenarnya sampai sekarang pun kami masih

		<i>website</i> dilakukan riset khalayak media?	melakukan riset dan terus belajar ya... - Terus mencari karena masih dalam tahap pengembangan juga.... Belum selesai kak Timi juga pernah keluar ke US untuk belajar tentang penggalangan dana berbasis <i>crowdfunding</i> itu sendiri.
		Program <i>fundraising</i> seperti apa yang dilakukan?	-Kalau ditanya penggalangan dana apa saja yang dilakukan, sebenarnya banyak ya, penggalangan dana apa saja bisa dilakukan. Karena <i>website Open platform</i> jadi semuanya bisa menggalangan melalui <i>website</i> ini dalam segi apapun mulai dari untuk <i>medical</i>,....., untuk sekolah, beasiswa atau apapun.
		Apakah program <i>fundraising</i> tersebut diproduksi di <i>website</i>?	-karena <i>website</i> ini <i>open platform</i> jadi semuanya bisa membuat <i>campaign</i> di <i>website</i> ini. -kalau untuk seleksi dari pihak kitabisa.com sendiri sebenarnya tidak ada ya. Jadi sebenarnya penggalangan dana apabila orang udah bikin akun, galang dana langsung bisa <i>live</i> dan langsung bisa disebar ke teman-temannya atau keluarganya untuk berdonasi. -ada verifikasi akun, itu dilakukan untuk pencairan dana. Jadi verifikasi akun tersebut tujuannya untuk mencairkan dana ketika dia udah dapat dana dihalaman <i>campaign</i>-nya. Verifikasi tersebut seputar KTP, foto diri terbaru dengan memegang tulisan dengan format, jika diperlukan kita akan

		 lebih dari itu, karena kita memang kita sebagai open <i>platform</i> jadi kita memang terbuka, dan kalau ada donatur mau donasi kita juga sebenarnya ada labelnya verifikasi organisasi dan itu adalah biasanya dari akunnya sudah resmi dan sudah berbadan hukum. -jadi kita, sekarang partner terbesar kita ada seperti, ACT aksi Cepat Tanggap, DP UDT, atau badan amil zakat nasional. Itu beberapa lembaga yang sudah berbadan hukum, untuk lebih lanjut bisa dilihat di kitabisa.com/partner di situ sudah banyak partner kita yang NGO atau LSM yang berbasis hukum. -dari luar negeri juga bisa galang dana, namun dengan catatan kita hanya menerima pembayaran dengan kurs rupiah, biasanya kalau orang dari luar yang berdonasi kita menyarankan untuk pakai <i>credit card</i>, karena kita ada sistem tarik, jadi ketika dia transfer tidak sesuai dengan kode unik itu tidak akan terverifikasi dan biasanya kalau transfer di luar negeri itu kan waktunya ga pasti, kita ada waktu batas maksimal 2 x 24 jam.
2.	Bagaimana penggunaan <i>website</i> sebagai media <i>fundraising</i> ?	Apakah terdapat SOP (System Operating Procedure) dalam penggunaan <i>website</i>? -tidak juga sih, kita ada bidang-bidangnya masing-masing nanti dilihat di kitabisa.com/our.... jadi bagian bawah <i>website</i> di kitabisa.com itu juga ada <i>our team</i>. -kalau yang galang dana seperti yang saya tadi jelasin, kalau untuk galang dana sebenarnya aktif halaman akunnya, tapi kalau untuk mencairkan dana harus verifikasi akun seperti tadi

			yang saya jelasin pake KTP sama foto.
		Apakah hanya konten yang menjual dan berisi permintaan penggalangan dana (<i>fundraising</i>) saja yang dipublish?	-jadi sebenarnya semuanya sudah terpublikasi, jadi semuanya semisal ada <i>campaigner</i> bikin <i>campaign</i> , itu nanti ada link khusus. Misalnya kitabisa.com/bantuayu misalnya, nahh di kitabisa.com/bantuayu ini yang nantinya disebarkan kepada teman-temannya untuk berdonasi. Jadi, nanti dia akan mendapat donasi dan verifikasi akun dapat dilakukan ketika dia mau pencarian sebetulnya.
		Apakah terdapat pelatihan bagi admin website kitabisa.com dan para fundraiser ?	-jadi, intinya kita sesuai kebutuhan aja sihh, jadi kalau memang dibutuhkan. Kita tidak menyediakan waktu khusus untuk pelatihan. Jadi kalau memang ada <i>request</i> dari ini butuh ini, misalnya <i>team content</i> butuh untuk pelatihan pembuatan video misalnya kita akan mencari dari yang ahli juga sihhh. -kalau untuk <i>fundraisher</i>-nya sendiri itu enggak, karena kita sifatnya tidak terikat sama <i>campaigner</i> jadi yang memang perlu dipahami bahwa kitabisa.com adalah <i>open paltform</i> kami hanya menyediakan <i>website</i>-nya aja. Jadi kalau masalah penyebaran, bikin <i>campaign</i>, bikin <i>content</i> itu dari penggalang dananya. Jadi kita hanya mengelola <i>website</i>. -iya, sebenarnya kalau buat <i>campaign</i> itu nanti ada di email, kita ngasih email pertama itu berupa tips, jadi apa itu hal-hal yang bisa dilakukan dalam galang dana. Lalu bisa juga dilihat di kitabisa.com banyak juga tips-tips yang kita kasih. Jadi sebenarnya kalau kita sudah buat beberapa channnel, kalau mau dilihat di..... di situ pertanyaan-pertanyaan yang

			sering ditanyakan. Atau di ktps.in/interview atau bisa di kitabisa.com/asq itu pertanya-pertanyaan dasar seputar kitabisa.com semua ada disitu sekaligus jawabannya ada disitu.
	Bagaimana jika admin atau fundraiser melanggar SOP (System Operating Procedure)?		-yang perlu dipahami adalah ada hukum tidka tertulis dari <i>crowdfunding</i> itu sendiri. kita selalu bilang tiga puluh tiga puluh jadi, empat puluh % donasi yang datang ke <i>campaign</i>-nya itu datangnya dari orang-orang terdekatnya dia, bisa dari temannya dari sahabatnya, dari orang tuanya, dari keluarganya atau yang lainnya, tiga puluh % nya lagi datang dari temannya teman misalnya, dan tiga puluh % lagi datang dari luar lingkaran dia, jadi biasanya kalau <i>campaign-campaign</i> yang berlaku curang dia enggak dapat dulu kan donasi karena teman-temannya yang dekat kan kurang percaya sama dia. -yang kedua, kalau misalnya pun ada laporan, kita ada tombol laporan di halaman <i>campaign</i> itu publik boleh melaporkan <i>campaign</i> tersebut mencurigakan dan itu akan kita <i>folllow up</i>. Tapi memang balik lagi, karena kita <i>open platform</i>, jadi kita akan verifikasi akunnya, tapi misalnya kalau memang kita juga menyarankan untuk berdonasi ke <i>campaign</i> yang memang bisa dipercaya aja. Jadi kalau memang ada laporan akan kita <i>follow up</i>, meminta <i>up date</i> dari <i>campaigner</i> akan kita hubungi <i>campaigner</i>.
	Apa ada <i>reward</i> atau hadiah bagi fundraiser yang berhasil		-ada, jadi kalau ada yang bikin <i>campaign</i> , ada namanya <i>reward</i> jadi untuk nambah hadiah misalnya, ada yang donasi seratus ribu dikasih stiker, itu bisa. Itu untuk orang berdonasi

		mengumpulkan donasi terbanyak?	kepenggalang dananya. -jadi seluruh dana itu datangnya dari publik bukan dari kitabisa.com. jadi dia punya target misalnya 5 jt, trus dia dapat lebih dari 5 jt ya itu atas usahanya dia juga menyebarkan.
		Apa terdapat peraturan bagi <i>fundraiser</i> dalam menanggapi komentar atau pertanyaan di <i>website</i> kitabisa.com?	-jadi kita ada fitur pesan di <i>campaign</i>-nya adi publik bisa mengirimkan pesan kepada <i>campaign</i>-nya. -jadi pake fitur pesan itu masuknya langsung ke halaman atau emailnya si <i>campaigner</i>, penggalang dana. Itu sih yang perlu dipahami dasarnya bahwa kitabisa.com hanya menyediakan <i>website</i> saja.
		Apakah ada evaluasi setiap minggu atau bulan?	-setiap hari senin itu habiskan untuk rapat-rapat internal semua, untuk evaluasi dan untuk kejar target senin ke depan.
3.	Bagaimana evaluasi yang dilakukan dalam penggunaan <i>website</i> sebagai media <i>fundraising</i> ?	Apa saja hambatan dan kelemahan yang ada dalam penggunaan <i>website</i> ?	-jadi orang-orang pengen langsung transfer via rekening saja, namun di kitabisa.com harus donasi online dulu agar tercatat di sistem terlebih dahulu. Padahalkan sebenarnya jika lewat kitabisa.com dulu lebih transparan, dan bisa terlihat oleh publik jadi bisa dipertanggungjawabkan. Tapi hal tersebut tidak mengganggu kita karena value yang kita kasih memang transparansi.
		Bagaimana solusi dalam mengatasi hambatan dan kelemahan penggunaan <i>website</i> ?	-kita lebih fokus untuk mengembangkan bagaimana donasi bisa lebih mudah, bikin <i>campaign</i> semakin lebih mudah, karena kita juga tidak memaksakan orang-orang untuk transfer pakai kitabisa.com misalnya karena kita uga tidak bisa merubah <i>value</i> kita.

List Pertanyaan Wawancara
Penelitian Internet Sebagai Media *Fundraising*
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan Website kitabisa.com)

Nama Nara Sumber: Brenda Imanuddin Putri

Jabatan : HR & GA Staff

Waktu : 27 July 2017

No	Pertanyaan	
1	Kenapa menggunakan <i>website</i> sebagai media untuk penggalangan dana, padahal pada dunia internet sering terjadi <i>cyber crime</i> ?	Karena dengan adanya teknologi yang sedang berkembang ini kami memanfaatkannya, dan karena banyak pengguna yang ingin semuanya serba mudah, dan transparansi apalagi untuk berbuat baik, maka kami membuat system ini secara website. Agar para donatur percaya karena adanya angka yang transparansi, dan mengetahui hasil dari uang yang telah terkumpul, Untuk mengenai adanya cyber crime, sebenarnya menggunakan internet atau pun tidak sama2 memiliki resiko tersendiri, tetapi kita dengan menggunakan website kitabisa membuat system yang terbuka atau transparansi agar terpercaya.
2	Tagline kitabisa adalah menghubungkan orang-orang baik? bisa dijelaskan, maksudnya?	Maksud dari tagline kami adalah karena kami adalah jasa yang menjadi wadah untuk penggalangan dana menggunakan website, yang guna untuk mempermudah orang baik untuk berdonasi dan membantu sesama yang membutuhkan lebih cepat, dan terlihat dari campaign kita semakin banyak karena kami menghubungkan

		orang – orang baik.
3	Apakah sebelum menggunakan <i>website</i> dilakukan riset khalayak media?	Tentu, sebelum di mulainya kitabisa kedalam website, kami melakukan riset dan akhirnya terbangunlah website kitabisa.com
4	Punishment seperti apa yang diberikan kepada pihak-pihak yang melanggar aturan di kitabisa? Dan sejauh ini apakah ada pihak-pihak yang melanggar aturan di kitabisa?	Dikeluarkan atau diberhentikan dari campaign dan tidak diperbolehkan kembali membuka campaign di kitabisa lagi. Namun sejauh ini kami memang tidak menerima semua orang baik yang membuka campaign di kami, kami selalu melakukan verifikasi terlebih dahulu, baru boleh membuka campaign di kitabisa.com, kecil kemungkinan para campaigner melakukan di luar aturan kitabisa, karena sudah dilakukan verifikasi terlebih dahulu
5	Apakah verifikasi penting untuk dilakukan?	Tentu penting, seperti jawaban di no 4, untuk mengurangi kejahatan / penipuan para campaigner.
6	URL unik yang diperoleh para <i>fundraiser</i> apakah membantu suatu <i>campaign</i> menjadi viral?	Tentu berpengaruh, agar mempermudah para donator untuk berdonasi.
7	Apakah penambahan pencantuman video pada <i>campaign</i> dapat mempengaruhi publik untuk berdonasi?	Tentu, agar public lebih percaya untuk berdonasi

8	Sampai saat ini sejauh mana kepercayaan masyarakat terhadap <i>website</i> kitabisa?	Kami sudah dipercaya, karena kita dilindungi oleh pihak kemensos, dan sudah memiliki Izin, namun kami harus tetap menjaga kepercayaan tersebut kepada masyarakat.
9	Apakah pihak kitabisa memberikan sensor bagi konten <i>campaign-campaign</i> yang mungkin kurang pantas, baik dari gambar, video, maupun deskripsi <i>campaign</i> ?	Ya tentu, kami selalu sensor hal yang tidak pantas diperlihatkan.
10	Apa ada <i>reward</i> atau hadiah bagi <i>fundraiser</i> jika membuat <i>campaign</i> yang inspiratif atau bagi donatur yang telah menyumbang?	Selama ini kita belum ada hadiah apapun, namun kami pernah memberikan baju bagi para donator atau campaigner yang memberikan saran dan ide untuk perkembangan system kami.
11	Apakah ada evaluasi bagi <i>crew</i> kitabisa setiap minggu atau bulan? Atau mungkin gathering dengan para <i>fundraiser</i> atau penggalang dana?	Kami setiap minggu (setiapsenin) selalu mengadakan rapat mingguan, untuk mengetahui campaigner yang sedang viral, atau adanya masalah, kami selalu mengevaluasi bersama agar lebih mudah mendapatkan solusi.

List Pertanyaan Wawancara
Penelitian Internet Sebagai Media *Fundraising*
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan *Website* kitabisa.com)

Nama Nara Sumber: Siti Desiree Nasfhia

Jabatan : Marketing & Partnership Manager

Waktu : 28 juli '17

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Kenapa menggunakan <i>website</i> sebagai media untuk penggalangan dana, padahal pada dunia internet sering terjadi <i>cyber crime</i> ?	Karena internet <i>borderless</i> sehingga dapat menjangkau lebih jauh dan tentunya lebih luas. Selain itu, dengan <i>website</i> juga lebih transparan dibanding penggalangan dana publik yang dilakukan langsung ke rekening tanpa ada sistem yg menampilkan donasi terkumpul.
2	Tagline kitabisa adalah menghubungkan orang-orang baik? bisa dijelaskan, maksudnya?	Kitabisa percaya bahwa banyak orang yang ingin berbuat baik namun tidak ada wadahnya. Ada orang yang membutuhkan namun tidak terexpose sehingga tidak tercukupi kebutuhannya. Maka kitabisa menjadi penghubung dari 2 hal tersebut.
3	Apakah sebelum menggunakan <i>website</i> dilakukan riset khalayak media?	Tidak, riset dilakukan sambil berjalan dan outputnya berupa perbaikan.
4	Punishment seperti apa yang diberikan kepada pihak-pihak yang melanggar aturan di kitabisa? Dan sejauh ini apakah ada pihak-pihak yang melanggar aturan di kitabisa?	Untuk menggalang dana diperlukan verifikasi akun berupa KTP dan data diri lainnya. Jika tidak melakukan verifikasi maka tidak bisa mencairkan donasi. Apabila terdapat laporan dari masyarakat maka hal pertama yang dilakukan adalah melakukan crosscheck

	Apakah verifikasi penting untuk dilakukan?	terhadap pelapor dan terlapor. Jika terbukti melanggar maka data verifikasi akan diserahkan kepada pelapor untuk proses selanjutnya. Selain itu akun akan di blacklist. Apabila tidak ada laporan penggunaan dana. Maka dana tidak bisa dicairkan. Sejauh ini, secara peraturan yang ada di kitabisa seluruh user masih mengikuti T&C yang berlaku. Penting
5	URL unik yang diperoleh para <i>fundraiser</i> apakah membantu suatu <i>campaign</i> menjadi viral?	Iya, URL unik sangat membantu.
6	Apakah penambahan pencantuman video pada <i>campaign</i> dapat mempengaruhi publik untuk berdonasi?	Tidak begitu besar bantuannya, namun lebih kredibel jika ada video liputan.
7	Sampai saat ini sejauh mana kepercayaan masyarakat terhadap <i>website</i> kitabisa?	Riset terakhir yang dilakukan berupa penyebaran kuesioner tingkat kepercayaan responden masih di atas 95%
8	Apa ada <i>reward</i> atau hadiah bagi <i>fundraiser</i> jika membuat <i>campaign</i> yang inspiratif atau bagi donatur yang telah menyumbang?	Sejauh ini untuk campaigner belum ada. Untuk donatur kami melakukan penyebaran questioner secara berkala, donatur yg beruntung mendapat kaos kitabisa.
9	Apakah ada evaluasi bagi <i>crew</i> kitabisa setiap minggu atau bulan? Atau mungkin gathering dengan para <i>fundraiser</i> atau penggalang dana?	Evaluasi dilakukan bulanan untuk tim internal kitabisa. Belum ada gathering

SURAT KETERANGAN

No : 029/SK-KBI/VII/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini, *Jr. Manager Finance & People Ops.* PT Kita Bisa Indonesia, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nurul Fauziah
NIM : 13730100
Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Adalah benar yang bersangkutan telah melakukan penelitian di PT Kita Bisa Indonesia pada bulan April 2017 untuk keperluan skripsi dengan **JUDUL "INTERNET SEBAGAI MEDIA FUNDRAISING (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA PENGGUNAAN WEBSITE KITABISA.COM)"**. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Juli 2017
PT Kita Bisa Indonesia

 **Kitabisa.com**
PT. Kita Bisa Indonesia

Amalia Kasih

Jr. Manager Finance & People Ops.



Nomor: UIN.02/R.1/PP.00.9/2752.a/2013

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : NURUL FAUZIAH
NIM : 13730100
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2013/2014

Tanggal 27 s.d. 29 Agustus 2013 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 2 September 2013

a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan



Dr. Sekar Ayu Aryani, M.Ag.
NIP. 19591218 197803 2 001

SERTIFIKAT

No : /PAN.OPAK-UIN-SUKA/VIII/13

diberikan kepada :

NURUL FAUZIAH

sebagai :

PESERTA

dalam kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik dan Kampus (OPAK)
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta
2013

dengan tema :

"Menciptakan Gerakan Mahasiswa yang Berasaskan Ahl As-Sunnah Wa Al-Jama'ah
Untuk Mengawal Ke-Indonesiaan"

Mengetahui,
Wakil Rektor I

Bid. Akademik dan Kemahasiswaan

Mengetahui,

Presiden DEMA UIN Sunan Kalijaga

Dr. Sekar Ayu Aryani, M. Ag.
NIP. 19591218 198703 2 001

Syaefudin Ahrom Al-Ayubbi
NIM. 09470163

Dawamun Ni'am A
Ketua

Saifudin Anwar
Sekretaris

Kampus UIN Sunan Kalijaga
21-23 Agustus 2013

Panitia OPAK
UIN Sunan Kalijaga 2013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571

SERTIFIKAT

No. UIN.02 /DSH.3/PP.00.9/0350/2014

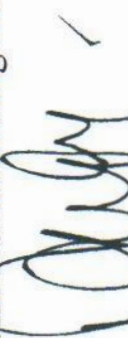
Diberikan Kepada:
NURUL FAUZIAH

NIM : 13730100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

**Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Quran
dengan Predikat :
Sangat Baik (A)**

Yogyakarta, 11 Juni 2014
a.n.Dekan
Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan


H. Andy Dermawan, M.Ag
NIP. 19700908 200631 001

Sertifikat

TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : NURUL FAUZIAH

NIM : 13730100

Fakultas

: FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMAN ORA

Jurusan/Prodi

: ILMU KOMUNIKASI

Dengan Nilai :

No	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1	Microsoft Word	75	B
2	Microsoft Excel	90	A
3	Microsoft Power Point	70	C
4	Microsoft Internet	75	B
5	Total Nilai	77.5	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

Yogyakarta, 30 Desember 2013

Kepala PKSI

Dr. Agung Fatwanto S.Si., M.Kom.

NIP. 19770103 200501 1 003



Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PKSI

Pusat Komputer & Sistem Informasi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: N.02/L4/PM.03.2/6.73.23.14/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Nurul Fauziah :

تاريخ الميلاد : ٢١ أغسطس ١٩٩٣

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٣ ديسمبر ٢٠١٦، وحصلت على درجة :

٥٦	فهم المسموع
٦٢	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٣٧	فهم المقروء
٥١٧	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ١٣ ديسمبر ٢٠١٦

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ág.

رقم التوظيف : ١٩٦٨.٩١٥١٩٩٨.٣١٠٠٥





TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.73.14.15/2017

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Nurul Fauziah**
Date of Birth : **August 21, 1993**
Sex : **Female**

took Test of English Competence (TOEC) held on **April 12, 2017** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	33
Structure & Written Expression	42
Reading Comprehension	46
Total Score	403

Validity: 2 years since the certificate's issued

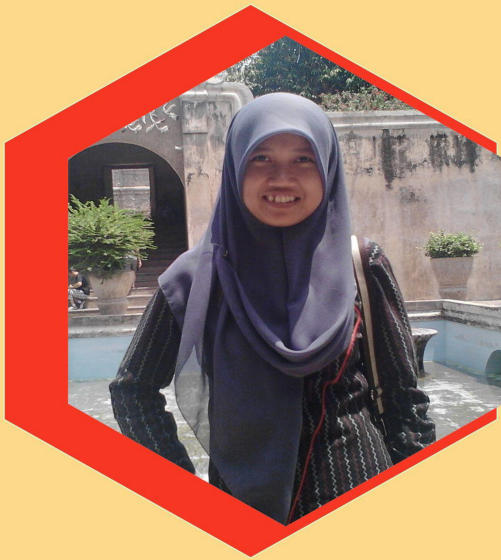


Yogyakarta, April 12, 2017
Director,



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005





NURUL FAUZIAH

PENDIDIKAN

2013-skrng UIN Sunan Kalijaga
2012-2013 Institute Study Islam
Darussalam (ISID)
2008-2012 Pondok Modern
Darussalam
Gontor Putri 3
2005-2008 Mts Muhammadiyah
1 Dukun
1999-2005 MI Muhammadiyah
1 Ngadipuro

PENGALAMAN ORGANISASI

2015 SIC (Santri Inspiration Centre)
2015 IMIKI
2014 AL-Mizan
2014 Akademia
2013 SPBA (Study Pengembangan
Bahasa Asing)
2013 IMM (Ikatan Mahasiswa
Muhammaadiyah)

BIODATA



Karanggondang, Ngadipuro, Dukun
Magelang, Jawa Tengah



Magelang, 21 Agustus 1993



Islam



Perempuan



085743339151



Nurul Fauziah



@winda_fauziana



@fauzia_el_Hisyam

PENGALAMAN KERJA

2013-skrng Pengajar TPA AL-Ihsan
2012-2013 Pengajar di Gontor Putri
2011-2012 Pengajar TPA di Gontor
Putri 3
2006-2008 Pengajar di TPA
Miftakhul Jannah

PRESTASI

2015 14 Besar IASC Universitas
Brawijaya
2014 Juara 2 Essay Bahasa Arab
Pusat Bahasa UIN Suka

SKILL

Bahasa Inggris & Bahasa Arab
Public Speaking
Desain Grafis
Copy Writer

*Meski tidak terkenal di dunia
aku ingin terkenal di Surga.*

Uwais Al-Qorni