



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI KOMUNIKASI *CROWDFUNDING* DALAM  
MELAKUKAN PENGGALANGAN DANA MELALUI MEDIA  
SOSIAL FACEBOOK KITABISA.COM**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations**

UNIVERSITAS  
Disusun Oleh :

**Bunga Ismarini**

**44217110200**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

Nama : Bunga Ismarini  
NIM : 44217110200  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : Strategi Komunikasi *Crowdfunding* dalam Melakukan Penggalangan Dana Melalui Sosial Media Facebook Kitabisa.com

Jakarta, 3 September 2021

Mengetahui,  
Pembimbing




(Sabena, M. Ikom)



**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR**

Nama : Bunga Ismarini  
NIM : 44217110200  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : Strategi Komunikasi *Crowdfunding* dalam Melakukan Penggalangan Dana Melalui Sosial Media Facebook Kitabisa.com.

Jakarta, 3 September 2021

Ketua Sidang : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom  (.....)

Penguji Ahli : Yuni Tresnawati, M.Ikom  (.....)

Pembimbing : Sabena, M.Ikom  (.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR**

Judul : Strategi Komunikasi *Crowdfunding* dalam Melakukan Penggalangan  
Dana Melalui Sosial Media Facebook Kitabisa.com  
Nama : Bunga Ismarini  
NIM : 44217110200  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 3 September 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations



( Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom )

Pembimbing



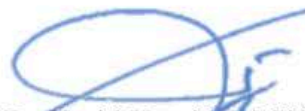
( Sabena, M.Ikom )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



( Dr. Farid Hamid, M.Si )

**LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bunga Ismarini  
NIM : 44217110200  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Strategi Komunikasi Crowdfunding dalam Melakukan Penggalangan Dana Melalui Sosial Media Facebook Kitabisa.com** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 3 September 2021  
Yang membuat pernyataan,



(Bunga Ismarini)

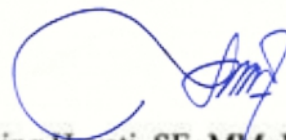
Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi



(Sabena M. Ikom)



(Suryaning Hayati, SE, MM, M. Ikom)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Bunga Ismarini  
44217110200

### **Strategi Komunikasi Crowdfunding dalam Melakukan Penggalangan Dana Melalui Sosial Media Facebook Kitabisa.com.**

Bibliografi : 5 Bab 85 hal + Lampiran + 20 Buku + 10 Internet

#### **ABSTRAK**

Internet telah memasuki setiap segi kehidupan manusia dan merubah cara kita berinteraksi dengan orang lain. Kini masyarakat dapat dengan mudah melakukan penggalangan dana maupun berdonasi secara online (*crowdfunding*). Ada banyak kelebihan donasi secara online, tetapi maraknya penipuan online membuat khalayak (calon donatur) enggan berpartisipasi dalam program ini. Salah satu *crowdfunding* platform di Indonesia adalah Kitabisa.com yang memanfaatkan media social facebook sebagai strategi komunikasi untuk meningkatkan kepercayaan khalayaknya. Oleh karena itu, penelitian ini membahas lebih dalam mengenai strategi komunikasi Kitabisa.com dengan menggunakan media sosial facebook sehingga kini menjadi platform crowdfunding terpopuler di Indonesia.

Strategi komunikasi ini meliputi tahapan-tahapan teoritis yang mencakup penentuan tujuan komunikasi, penentuan segmentasi khalayak, metode penyampaian pesan, pemilihan media, dan peranan komunikator dengan menggunakan paradigma konstruktivis dan pendekatan analisa kualitatif deskriptif. Untuk meningkatkan partisipasi khalayak dalam penggalangan dana melalui media social Facebook, Kitabisa.com menyesuaikan media yang digunakan dengan cara mengunggah konten yang berisi *storytelling* dan format video dalam setiap kampanye yang akan dilakukannya di media sosial Facebook. Update campaign, laporan perkembangan dari setiap kampanye, foto-foto yang berupa bukti kegiatan juga ditampilkan dalam website secara berkala. Hal tersebut dilakukan secara konsisten untuk menjaga kualitas campaign dan mempertahankan kepercayaan serta partisipasi khalayak.

Penerapan strategi media sosial Facebook Kitabisa selama ini telah dilakukan dengan cukup baik sehingga adanya meningkatkan kepercayaan publik sebagai pembentukan citra yang baik ditengah masyarakat dan sekaligus sebagai media penyebaran kampanye sosial yang sedang berlangsung di Kitabisa, Dilihat dari pertumbuhan pengikutnya, brand iamge perusahaan yang baik dan didukung dengan penghargaan-penghargaan yang didapat Kitabisa sebagai platform crowdfunding di Indonesia.

**Kata kunci: Strategi Komunikasi, Crowdfunding, Media Sosial, Facebook**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Bunga Ismarini  
44217110200

**Crowdfunding Communication Strategy in Fundraising Through Social Media Facebook Kitabisa.com.**

Bibliography : 5 Chapter 85 Pages + Attachment + 20 Books + 10 Internet

***ABSTRACT***

*Internet has become a part of human life and changed the way we interact with other people. Now people can easily do fundraising or donate online (crowdfunding). There are many advantages of donating online, but so many issue about the fraud makes the audience (potential donors) reluctant to participate in this program. One of the crowdfunding platforms in Indonesia is Kitabisa.com, which uses social media Facebook as a communication strategy to increase public trust. Therefore, this study discusses more deeply about Kitabisa.com's communication strategy by social media Facebook, One of the most popular crowdfunding in Indonesia.*

*This communication strategy includes theoretical stages that include communication objectives, determining audience segmentation, message delivery methods, media selection, and their role using the constructivist paradigm and descriptive qualitative analysis approach. To increase audience participation in fundraising through social media Facebook, Kitabisa.com adjusts the media used by uploading content containing storytelling and video formats in every campaign that will use Facebook social media. Update campaigns, progress reports from each campaign, photos that are evidence of activities are also displayed on the site regularly. This is done consistently to maintain campaign quality and maintain public trust and participation.*

*The implementation of the Kitabisa Facebook social media strategy so far has been carried out quite well so as to increase public trust as a form of good image in the community and at the same time as a medium for the dissemination of ongoing social campaigns in Kitabisa, Judging from the growth of followers, good company brand and supported by awards that Kitabisa received as a crowdfunding platform in Indonesia.*

***Keywords: Communication Strategy, Crowdfunding, Social Media, Facebook***

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkatNya sehingga Skripsi ini yang berjudul “*Strategi Komunikasi Crowdfunding dalam Melakukan Penggalangan Dana Melalui Media Social Facebook Kitabisa.com*” ini dapat selesai dengan baik. Tentu dalam menyelesaikannya, penulis tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Sabena, M.Ikom selaku dosen pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan, nasehat, motivasi dan tidak lupa untuk memberikan semangat untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Dr. Elly Yuliatwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
5. Yuni Tresnawati, M.Ikom selaku Dosen Penguji Ahli yang telah memberi banyak sekali masukan pada skripsi ini.
6. Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Ketua Sidang yang telah membantu jalannya sidang akhir dan memberi banyak masukan pada skripsi ini.
7. Ayah, Ibu, Kakak dan Adik sebagai keluarga yang selalu memberikan semangat, doa, material untuk dapat menyelesaikan Skripsi.
8. PT. Kita Bisa Indonesia, Iqbal, Danny dan Dara yang telah membantu dan memudahkan dalam mendapatkan informasi yang penulis butuhkan untuk menyelesaikan Skripsi dan terima kasih telah mendoakan agar menulis cepat lulus.
9. Rio, Ginta, Vigo, Julian, Hani dan Freza yang telah menjadi pelipur lara, teman main bareng yang selalu mengingatkan, menasihati dan memotivasi untuk menyelesaikan Skripsi.
10. Devi, Nisa, Tasya, Lia, Dara dan Tiwi sebagai teman-teman selama kuliah di Universitas Mercu Buana Menteng yang sering bersama sehingga banyak



kenangan dan ilmu yang didapatkan, tidak terbayang jika penulis tidak bertemu kalian para manusia-manusia ambis dan penyemangatku berkuliah.

11. Terakhir, kepada diri sendiri. Terima kasih. Penulisan skripsi ini tidak mudah, terlalu banyak tangis, keluhan, uang dan keringat yang dikeluarkan untuk menyelesaikan ini. Tapi sekali lagi, semua yang sudah dimulai harus diakhiri, terima kasih Bunga sudah berjuang sampai detik ini, mari kita capai cita-cita ke depan.

Selain itu, penulis juga menyadari bahwa dalam pembuatan Skripsi ini masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada Skripsi. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca dan dapat dijadikan sebuah referensi dalam membuat Skripsi yang lainnya. Terima kasih.

Jakarta, 9 Agustus 2021



Bunga Ismarini

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Akademis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13
1.4.3 Manfaat Sosial .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Peneliti Terdahulu .....	14
2.2 Strategi Komunikasi .....	23
2.3 <i>Crowdfunding</i> .....	24
2.3.1 Pengertian <i>Crowdfunding</i> .....	24
2.3.2 Kategori <i>Platform Crowdfunding</i> .....	25
2.3.3 <i>Platform Crowdfunding</i> di Indonesia .....	27
2.4 Penggalangan Dana ( <i>Fundraising</i> ) .....	28
2.5 Media Sosial .....	30

2.5.1 Pengertian Media Sosial .....	30
2.5.2 Karakteristik Media Sosial .....	31
2.5.3 Jenis-Jenis Media Sosial .....	32
2.6 Public Relations .....	35
2.6.1 Pengertian Public Relations .....	35
2.6.2 Tahapan Public Relations .....	37
2.7 Kerangka Berpikir.....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	40
3.2 Metode Penelitian .....	40
3.3 Subyek Penelitian .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.4.1 Data Primer .....	44
3.4.2 Data Sekunder .....	44
3.5 Teknik Analisis Data .....	45
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Sejarah Berdirinya Kitabisa.com .....	48
4.1.2 Profil Kitabisa.com .....	49
4.1.3 Susunan Tim Kitabisa.com .....	51
4.1.4 Campaign-Campaign Kitabisa.com .....	53
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Strategi Komunikasi <i>Crowdfunding</i> dalam Melakukan Penggalangan Dana Melalui Media Sosial Facebook Kitabisa.com .....	55
4.3 Pembahasan	
1. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	69
2. Segmentasi Khalayak.....	70
3. Penyusunan dan Metode Penyampaian Pesan .....	71

4. Pemilihan Media .....	72
5. Peranan Komunikator .....	73
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	83
<b>LAMPIRAN</b> .....	88



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Kitabisa.com.....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 2. Tampilan Fanpage Followers dan Likes Kitabisa.com.....	67
Gambar 3. 9 Indonesia Fundraising Award .....	68
Gambar 4. Bentuk Metode Visual Konten pada Facebook Kitabisa.com .....	72
Gambar 5. Konten <i>Success Story</i> pada Facebook Kitabisa.com.....	73
Gambar 6. Fitur <i>Live Messeger</i> pada Facebook Kitabisa.com .....	74
Gambar 7 Konten Storytelling pada Facebook Kitabisa.com.....	75



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Narasumber .....	89
Lampiran 2. Infografis tren galang dana online di Indonesia .....	104
Lampiran 3. Logo kitabisa.com .....	105
Lampiran 4. Tampilan <i>Website</i> Kitabisa.com .....	105
Lampiran 5. Tampilan Facebook Kitabisa.com .....	106
Lampiran 6. Campaign Korban Pohon Tumbang di UI .....	106
Lampiran 7. Campaign Anak Pak Eli Agar Bisa Operasi Tumor Otak .....	107
Lampiran 8. Campaign Masjid Chiba di Jepang .....	107
Lampiran 9. Campaign Dian Sastro Untuk Asap Riau dan Jambi .....	108
Lampiran 10. Konten <i>Success Story</i> Pada Media Sosial Kitabisa.com .....	109
Lampiran 11. Campaign Bantuan Untuk Kesembuhan Rubi .....	109
Lampiran 12. Foto Peneliti Bersama Informan 1 .....	110
Lampiran 13. Foto Peneliti Bersama Informan 2 .....	110
Lampiran 14. Foto Peneliti Bersama Informan 3 .....	110
Lampiran 15. Foto Peneliti Bersama Informan 4 .....	110
Lampiran 16. Denah Lokasi Penelitian.....	111
Lampiran 17. Surat Permohonan Wawancara .....	112
Lampiran 18. Surat Keterangan Penelitian .....	113
Lampiran 19. Daftar Riwayat Hidup .....	114