

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan yang terjadi sekarang ini termasuk dalam bidang teknologi banyak memberi perubahan pada kehidupan. Inovasi dan ide-ide baru bermunculan sejalan dengan makin berkembangnya jaman seakan seirama saling melengkapi. Teknologi komunikasi mengondisikan penggunaannya untuk melakukan demasifikasi¹ dalam mengontrol pesan, menyesuaikan diri dengan standart teknis pemakaian teknologi komunikasi serta meningkatkan interaksi dengan individu lain tanpa mengenal hambatan jarak.² Kemudahan yang disajikan oleh teknologi inilah yang sedikit banyak memberikan pengaruh serta perubahan pada kehidupan manusia. Kemudahan-kemudahan inilah yang digunakan beberapa manusia untuk menciptakan hal baru untuk kemudahan kedepannya.

Teknologi informasi selsalu mengalami perkembangan dan pertumbuhan ke arah yang maju atau dapat dikatakan pesat apalagi ditengah perkembangan dunia yang sedang berlangsung. Internet pun telah menjadi alat komunikasi *online* yang sangat penting bagi banyak orang dewasa ini. Sekarang ini tidak dapat dipungkiri kalau manusia lebih menyenangi segala sesuatu yang praktis, lebih cepat, dan

¹ Demasifikasi adalah sebuah perubahan dari penggunaan secara massal teknologi komunikasi menjadi penggunaan secara individual.

² Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.

fleksibel. Layanan jejaring sosial pun telah menjadi konsep yang sederhana dan *universal* dalam lingkungan internet. Banyak terdapat laman-laman yang menyajikan kebutuhan informasi dengan cepat dan gampang seperti sosial media salah satunya. Orang memanfaatkan media jejaring sosial untuk mencari teman dan bahkan ada untuk menjalankan bisnis *online*. Konsumen lebih memilih media internet karena mereka tidak perlu bertemu langsung dengan penyedia layanan secara personal dan berhadapan dengan orang lain tetapi kebutuhan keinginan mereka telah terpenuhi.

Salah satu tren yang muncul karena adanya kemajuan teknologi adalah penggalangan dana yang dilakukan secara daring. Sebenarnya penggalangan dana sudah lama dikenal oleh masyarakat Indonesia karena sedari dulu masyarakat Indonesia sudah memiliki niat untuk ikut merasakan apa yang orang lain rasakan dengan membantu memenuhi apa yang mereka butuhkan contohnya membantu korban bencana alam, musibah, masalah sosial ataupun sakit penyakit dengan kegiatan penggalangan dana yang dilakukan secara langsung atau luring. Penggalangan dana yang dilakukan secara langsung biasanya akan terbatas oleh waktu dan tempat.

Mereka yang biasanya ikut dalam penggalangan dana adalah mereka yang tinggal di daerah itu atau bagian dari penggalangan dana tersebut. Contohnya penggalangan dana pembangunan mesjid yang dilakukan di lingkungan mesjid tersebut padahal sebenarnya banyak yang ingin membantu tetapi terbatas oleh jarak.

Beberapa penggalangan dana juga dilakukan di tempat umum, salah satunya kegiatan penggalangan dana kerap kali kita lihat di beberapa tempat salah satunya adalah penggalangan dana yang turun ke jalan. Dengan membawa kotak karton dengan tulisan-tulisan untuk siapa dana itu akan disalurkan atau siapa yang menyelenggarakan kegiatan penggalangan dana tersebut, biasanya mereka akan berdiri di lampu merah atau sekedar berjalan dari satu tempat ke tempat lainnya tapi rasanya penggalangan dana yang dilakukan kurang efektif karena memakan banyak waktu, tenaga dan mengganggu jalannya lalu lintas sedangkan yang menyumbang akan sangat terbatas dikarenakan yang memberi hanya mereka yang melewati tempat tersebut.

Ada juga kegiatan penggalangan dana yang tidak dapat dipertanggungjawabkan yang membuat kebanyakan masyarakat merasa enggan untuk ikut berdonasi. Beberapa penggalangan dana dilakukan tanpa izin atau bisa dikatakan tidak jelas hasil dari penggalangan dana tersebut dikemana dan dipakai siapa. Penggalangan dana tersebut biasanya dilakukan oleh mereka yang membutuhkan uang dengan cara cepat tanpa harus bekerja.

Hal ini juga menjadi alasan adanya gerakan penggalangan dana daring. Selain transparansi dana yang dapat ditinjau secara langsung, penggalangan dana daring dianggap lebih efektif karena masyarakat dapat ikut berdonasi kapan saja dan dimana saja tanpa harus berada di tempat yang sama dengan tempat penggalangan dana tersebut.

Penggalangan dana daring atau *crowdfunding* adalah sebuah metode baru penggalangan dana melalui internet. *Crowdfunding* berjalan dalam waktu terbatas dari beberapa hari sampai beberapa minggu, dan berusaha untuk memenuhi target pendanaan sebelum batas akhir waktu. Diberikan batasan waktu agar kegiatan penggalangan dana tersebut tetap dapat dipantau dan disesuaikan dengan kebutuhan.³ Penggalangan dana yang dilakukan secara daring biasanya tidak ada batasan nominal yang dapat diberi, bila penggalangan dana dilakukan secara langsung, biasanya kita juga akan terbatas nominal uang yang kita pegang saat itu. *Crowdfunding* adalah pengumpulan dana bernominal kecil hingga sedang dari banyak orang untuk suatu kepentingan yang umumnya menarik hati banyak orang.⁴ Ketika melakukan penggalangan dana secara online, kita dapat dengan mudah memantau berapa uang yang sudah terkumpul dan digunakan untuk apa uang yang sudah terkumpul tersebut.

³ Wheat, R.E., dkk. 2013. *Raising Money for Scientific Research Through Crowdfunding*. Trends in Ecology & Evolution, 28.

⁴ Ordanini, A. 2009, *Crowd funding: customers as investors*, The Wall Street Journal.



Gambar 1. 1 Logo Kitabisa.com

Berawal dari sebuah gerakan sosial, Kitabisa bertransformasi menjadi *platform* penggalangan dana dan berdonasi secara daring atau biasa disebut *crowdfunding* yang berdiri sejak 2013 dengan M. Alfatih Timur atau yang biasa dipanggil Timmy sebagai Chief Executive Officer (CEO). Untuk mendekatkan diri dengan masyarakat *platform* kitabisa mempunyai panggilan khusus untuk orang-orang yang ikut berdonasi (para donatur) yaitu #OrangBaik.

Selama 7 tahun berdiri sebanyak 3.850.333 #OrangBaik sudah menyalurkan lebih dari 500 miliar untuk sekitar 136.000 kampanye penggalangan dana yang telah memenuhi target (Data per mei 2020). Sesuai dengan tagline kitabisa yaitu “Menghubungkan Jutaan Kebajikan”, platform ini menjadi sarana untuk masyarakat agar selalu berbuat baik tanpa henti dimulai dengan 1000 rupiah, masyarakat sudah dapat ikut berdonasi karena biasanya masyarakat identik dengan memberi dalam

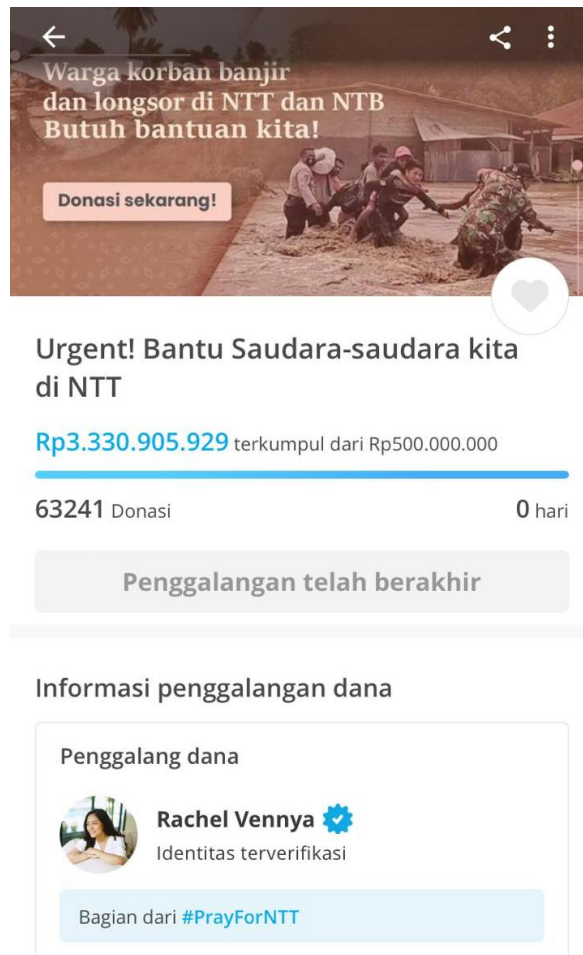
jumlah banyak, padahal kebiasaan baik ini dapat dimulai dengan nilai kecil dan itu juga sangat berarti.

Keraguan masyarakat untuk ikut berdonasi karena takut uang yang didonasikan disalahgunakan sudah diantisipasi oleh Kitabisa dengan memiliki izin PUB (Pengumpulan Uang dan Barang) dari Kementerian Sosial untuk kategori umum dan kategori bencana alam. Tidak hanya itu, sebagai bentuk transparansi Kitabisa juga akan selalu *update* tentang perkembangan donasi yang sudah kita lakukan dan juga Kitabisa juga rutin diaudit oleh Kantor Akuntan Publik dengan hasil Wajar Tanpa Pengecualiaan (WTP) yang berarti laporan keuangan telah disajikan secara wajar dalam semua hal sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku secara umum. Kitabisa tetap konsisten untuk memegang teguh unsur keamanan dalam menyebarkan kebaikan. (Kitabisa.com Diakses pada tanggal 23 April 2021).

Kitabisa percaya niat baik perlu dilakukan secara berkelanjutan maka sebagai perusahaan sosial, kitabisa mengenakan biaya administrasi sebesar 5% dari total donasi yang terkumpul kecuali untuk kategori bencana alam dan zakat tidak dikenakan biaya administrasi (0%) untuk mengembangkan layanan dan memenuhi kebutuhan operasional agar pelayanan yang diberikan semakin baik dan perbuatan baik itu tidak akan putus. Dengan kata lain uang yang terkumpul dari 5% itu dipakai untuk memenuhi kebutuhan mereka yang bekerja dengan Kitabisa.

Sudah banyak juga penggalangan dana yang dilakukan kitabisa yang berkolaborasi dengan Perusahaan, Institusi Pemerintah, Organisasi Sosial (NGO),

Media Massa, Rumah Sakit dan bahkan Publik Figur. Salah satunya penggalangan dana yang dilakukan dengan *public figure* dan berhasil mengumpulkan sumbangan melebihi target adalah penggalangan dana untuk saudara-saudara kita di NTT yang terkena banjir. *Publik figure* dalam aksi ini adalah seorang *Influencer* yaitu Rachel Vennya, dia berhasil mengumpulkan Rp.3.330.905.929 dari target awal sebesar Rp.500.000.000 dengan bantuan share link dari berbagai sosial media salah satunya adalah *instagram*. Donasi yang diberikan juga tidak terbatas pada nominal kecil saja, beberapa jga ikut membantu dengan nominal yang cukup besar disertai dengan pesan yang dapat menguatkan sesama. Hal ini membuktikan bahwa Indonesia tidak kekurangan Orang-orang baik untuk menolong sesama dan tidak terbatas waktu untuk membantu sesama walau jarak yang cukup jauh.



Gambar 1. 2 Profil Donasi Rachel Venya (Data Diambil per Juni 2022)

Tidak berhenti disitu saja, ketika wabah covid mulai ramai dibicarakan di indonesia, kita bisa meluncurkan program tolong menolong kesehatan antar donatur berbasis donasi yang disebut Saling Jaga, program Saling Jaga ini diperuntukkan bagi mereka yang terkena COVID-19. Kita bisa juga membuat program #BersamaLawanCorona yang isinya adalah lebih dari 5000 kampanye yang fokus untuk wabah covid.

Penelitian ini sebelumnya pernah dilakukan oleh Silvian Dwi Tifani mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada 2010. Dalam penelitiannya, silvian membahas tentang Efektivitas konten instagram @Kitabisacom Terhadap Minat Berdonasi Mahasiswi di Surabaya dengan hasil 66,09% konten instagram @Kitabisa memiliki pengaruh besar terhadap minat berdonasi mahasiswi dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang berarti konten instagram kitabisa efektif dalam memberi pengaruh pada minat berdonasi.

Untuk tetap dapat menghubungkan jutaan kebaikan dan mengembangkan layanan serta memperbaiki operasional agar pelayanan yang diberikan semakin baik, Kitabisa membutuhkan persepsi dari #orangbaik atau para donatur untuk melihat sudah sejauh mana pelayanan yang diberikan kitabisa lewat *platform* yang tersedia, hal ini juga berguna untuk memperbaiki dan meningkatkan keefektifan Kitabisa sebagai media penggalangan dana daring agar tetap dapat memberikan pelayanan yang terbaik. Selain itu juga penulis merasa, ini adalah kebiasaan baik yang sudah seharusnya untuk diteruskan agar seluruh masyarakat dapat saling tolong menolong tanpa harus melihat latar belakang. Kegiatan ini yang membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana **“Persepsi #Orangbaik Mengenai Penggunaan Platform Kitabisa.Com Sebagai Media Penggalangan Dana Daring (Studi Pada Followers Instagram Kitabisa.Com yang Merupakan Donatur)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka terdapat rumusan masalah yaitu: Bagaimana Persepsi #Orangbaik yang merupakan *Followers* Instagram Kitabisa.com Mengenai Penggunaan Platform Kitabisa.Com Sebagai Media Penggalangan Dana Daring?.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang apa pendapat atau apa yang dipikirkan oleh para donatur yang merupakan *followers* instagram kitabisa.com yang biasanya disebut dengan sebutan #OrangBaik mengenai penggunaan platform kitabisa.com sebagai media penggalangan dana daring.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yaitu berupa informasi dan dapat menambah pengetahuan antara lain yaitu:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkuat kajian komunikasi tentang penggunaan platform dalam melakukan penggalangan dana daring dan peranan persepsi dalam proses komunikasi untuk mengetahui apakah komunikasi tersebut mencapai tujuan dan sesuai dengan interpretasi.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada Kitabisa sebagai bahan evaluasi keefektifan penggunaan platform melalui persepsi yang dikumpulkan. Hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi tolak ukur dan perbaikan untuk kedepannya agar Kitabisa tetap dapat memberikan pelayanan yang terbaik lewat platformnya.

1.4.3. Manfaat Akademik

Secara akademik penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran sebagai bentuk perkembangan ilmu pendidikan kedepannya serta dapat menjadi acuan untuk penelitian kedepannya.

1.4.4. Manfaat Sosial

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran tentang penggalangan dana yang dilakukan secara daring melalui persepsi para donatur agar kedepannya tetap dapat memberikan yang terbaik.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma pada penelitian kuantitatif ini adalah paradigma positivism yang dimana memiliki pengertian paradigma ini memandang sebuah realitas

atau sebuah fenomena dapat diklasifikasikan, dapat diamati, terukur dan memiliki hubungan sebab akibat.⁵

Penelitian ini berlandaskan paham empirisme positivisme yang dimana sebuah fakta yang ditemukan dapat dibuktikan kebenarannya. Ada tiga poin didalamnya, yang pertama adalah fenomena yang terjadi adalah sebuah gambaran keingintahuan untuk mendapat sebuah penjelasan tentang sebuah fenomena, poin kedua menjelaskan bahwa angka-angka yang ditemukan (data numerik) merupakan bahan utama untuk melakukan analisis. Yang ketiga menggunakan data statistik dalam penelitian. Prosedur ini sangat ketat karena umumnya harusnya memverifikasi sebuah teori melalui pengujian hipotesis yang sejak awal sudah ditentukan.⁶

1.5.2 Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Rumusan masalah deskriptif kuantitatif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pernyataan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (Variabel yang berdiri sendiri).⁷ Pada penelitian ini, peneliti tidak melakukan perbandingan variabel dengan sampel lain atau pun mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei yang

⁵ Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.

⁶ Suharsaputra, Umar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, tindakan*. Bandung: Reflika Aditama

⁷ Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta. Hlm. 35.

dimana hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan data terbaru mengenai penggunaan platform Kitabisa sebagai media penggalangan dana.

1.6 Populasi dan Sampel

1.6.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah mereka yang merupakan *followers* akun instagram Kitabisa sebanyak kurang lebih 878.000 orang (Data diambil per Agustus 2022) dan yang sudah pernah melakukan donasi pada penggalangan dana yang dilakukan Kitabisa atau yang biasa disebut #OrangBaik (Donatur).

1.6.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti tidak mungkin melakukan penelitian dengan mempelajari masing-masing target penelitian apalagi ketika populasi yang diteliti cukup besar karena hal ini dapat menghabiskan cukup banyak dana, tenaga maupun waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dikarenakan peneliti tidak dapat meneliti seluruh

⁸ Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta. Hlm.80.

populasi dibutuhkan sampel yang merupakan bagian populasi untuk diteliti. Peneliti menggunakan Rumus Slovin dalam penentuan sampel dengan jumlah populasi diketahui. Peneliti akan menghubungi *followers* akun instagram kitabisa secara random melalui fitur *Direct message* yang merupakan donatur atau yang biasa disebut #OrangBaik. Teknik ini digunakan karena peneliti merasa topik yang diriset adalah persoalan umum dimana semua orang mengetahuinya dan keterbatasan tempat dan waktu, peneliti memilih menyebar kuesioner secara *soft file* melalui *google form*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = ukuran populasi

e = nilai margin of error (besar kesalahan) dari ukuran populasi

n, nilai e (*margin of error*) dapat ditentukan sendiri oleh peneliti. jika *margin of error* (e) semakin kecil maka nilai sampel akan semakin besar.

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 800.000 / (1 + (800.000 \times 0,1^2))$$

$$n = 800.000 / (1 + (800.000 \times 0,01))$$

$$n = 800.000 / (1 + 8000)$$

$n = 800.000 / 8001$

$n = 99,98$ dibulatkan menjadi 100.

Maka sampel yang diambil adalah 100 orang donatur atau yang biasa dipanggil #OrangBaik yang juga merupakan *followers* instagram kitabisa. Pengumpulan sampel akan menggunakan *fitur Direct Message* Instagram dengan melakukan seleksi menggunakan beberapa pertanyaan, jika yang bersangkutan sesuai dengan ciri-ciri populasi, maka pertanyaan dalam bentuk *google form* akan dikirimkan.

1.7 Definisi Konsep dan Operasional

1.7.1 Definisi Konsep

a). Persepsi

Persepsi merupakan kenyataan bagi seseorang, bagaimana seseorang memandang pesan atau simbol yang disampaikan. Persepsi disini memiliki arti membuat interpretasi tentang bahasan yang dilakukan atau pandangan seseorang terhadap suatu hal. Interpretasi dianggap penting karena memegang peranan yang penting untuk mengetahui apakah dalam proses komunikasi tersebut ada kendala atau masalah atau apakah tujuan komunikasinya tercapai atau tidak.

b). *Technology Acceptance Model*

Berdasarkan teori dari Davis yang mengatakan bahwa “Technology Acceptance Model (TAM)⁹ adalah model untuk memprediksi bagaimana pengguna teknologi menggunakan dan menerima teknologi tersebut dalam keseharian. Model TAM berasal dari teori psikologis untuk menjelaskan mengenai perilaku pengguna teknologi informasi yang berlandaskan pada kepercayaan (belief), sikap (attitude), niat (intention) dan hubungan perilaku pengguna (user behavior relationship). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adalah persepsi dari pengguna atas kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi sebagai suatu tindakan dalam konteks pengguna teknologi informasi sehingga itu menjadi alasan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi tersebut.

1.7.2 Definisi Operasional

Definisi operasional disini berfungsi sebagai batasan untuk menghindari adanya perbedaan interpretasi. Variabel pada penelitian ini adalah persepsi #orangbaik mengenai penggunaan platform kitabisa.com sebagai media penggalangan dana daring. Definisi operasional berfungsi untuk mengetahui faktor-faktor persepsi pada donatur atau biasa disebut #orangbaik.

⁹ Davis, F.D. 1993. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp. 319-340

- Pengalaman yaitu ketika seseorang sudah pernah melakukan donasi melalui Kitabisa maka akan mudah baginya untuk menginterpretasikan tentang platform kitabisa.
- Kebutuhan yaitu apa yang menjadi kebutuhan para donatur atau biasa disebut #orangbaik dalam menggunakan platform kitabisa sebagai media penggalangan dana daring.
- Penilaian yaitu intepretasi para donatur terhadap efektivitas platform kitabisa sebagai media penggalangan dana daring.
- Ekspektasi yakni harapan para donatur terhadap pelayanan yang diberikan melalui platform kitabisa.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Data Primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti yang proses pengumpulannya dapat menggunakan angket atau kuesioner, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya.¹⁰ Pada penelitian ini yang menjadi data primer adalah persepsi dari para donatur atau #OrangBaik sebanyak 100 orang dengan memperoleh data dengan menyebar kuesioner secara online kepada para donatur.

¹⁰ Suryani, Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group. Hlm. 173

Data sekunder merupakan data yang peneliti dapatkan dari pihak lain dan tidak mengambil data sendiri secara langsung.¹¹ Untuk data sekunder peneliti dapatkan dari buku, website dan contoh penelitian lain yang dapat membantu dan mendukung penelitian ini. Pada penelitian ini, informasi atau data sekunder didapatkan dari Kitabisa dan penelitian-penelitian sebelumnya yang terdapat pada internet maupun buku.

1.9 Teknik Analisa Data

Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden.¹² Teknik ini biasanya dilakukan secara langsung (tatap muka) maupun dengan menyebarkan kuesioner melalui media kertas ataupun dengan media elektronik menggunakan *google form*. Teknik ini terlihat cukup mudah tetapi sebenarnya menghabiskan banyak waktu dan tenaga jika pengumpulan data dilakukan dalam skala besar dan berada pada wilayah yang berbeda-beda. Metode kuesioner dapat dilakukan melalui tatap muka langsung, maupun melalui kuesioner baik dengan surat dalam bentuk kertas maupun surat elektronik yang biasanya menggunakan *google form*. Untuk penelitian ini, angket atau kuesioner disebarluaskan secara online, melihat kondisi pandemi covid yang tidak memungkinkan untuk melaksanakan penelitian secara

¹¹ Periantalo, Jelpa. 2016. *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm.73.

¹² Suryani, Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group. Hlm. 173

langsung dan juga dikarenakan responden yang tersebar pada seluruh wilayah indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, Skala Likert¹³ adalah yang paling relevan untuk digunakan dalam penelitian ini. Skala Likert biasanya digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner atau angket. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat responden melalui pertanyaan yang sudah ditetapkan. Tingkat persetujuan pada penelitian ini ada 1 sampai 5 pilihan mulai dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

No	Tingkat Persetujuan	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 1 Tabel Tingkat Persetujuan

Setelah menentukan nilai pada setiap jawaban, maka berikut ini pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan dalam kuesioner yang akan disebar untuk menentukan pertanyaan yang akan digunakan untuk meneliti variabel.

¹³ Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Sebelum mengirimkan *google form* berupa kuesioner yang berisi tentang pertanyaan untuk penelitian kepada *followers* instagram kitabisa, terlebih dahulu peneliti akan bertanya “Apakah *Followers* tersebut pernah melakukan donasi melalui Kitabisa?”

Umum	Nama
	Umur
	Kegiatan/ Aktivitas
	Domisili
Perceived ease of use (Kemudahan dalam menggunakan)	Platform kitabisa mudah digunakan bagi pengguna baru
	Platform kitabisa memiliki desain tampilan yang kreatif
	Fitur fitur pada platform kitabisa sangat lengkap
	Saya merasa tampilan platform kitabisa mudah dimengerti
	Saya merasa tampilan platform kitabisa menarik
	Platform kita bisa adalah platform terpercaya untuk berdonasi
	Platform kitabisa memiliki kredibilitas yang baik
	Platform kitabisa diketahui banyak orang
	Penggalangan dana yang dilakukan terpercaya
	Transaksi yang saya lakukan dijamin keamanannya
<i>Perceived Usefulness</i>	Pihak kitabisa menyediakan kontak atau nomor yang dapat dihubungi

<i>(Kegunaan yang dirasakan)</i>	Informasi yang diberikan kitabisa lewat platformnya cukup jelas
	Saya dapat menemukan jawaban pada FAQ ketika saya mengalami kesulitan
	Platform kitabisa dapat diakses dimana saja menggunakan gadget apa saja.
	Saya tidak mengalami hambatan ketika menggunakan platform kitabisa
	Saya mendapat tanggapan yang cepat untuk setiap masalah saya.
<i>Attitude Toward Using (Sikap)</i>	Penyaluran dana donasi jelas dan transparan
	Pihak kitabisa menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang dana donasi yang terkumpul
	Pihak kitabisa menyediakan informasi mengenai penggunaan dana yang sudah terkumpul
	Laporan keuangan untuk setiap penggalangan dana jelas
	Saya lebih senang berdonasi secara online / daring
	Penjelasan atau deskripsi pada tiap penggalangan dana cukup jelas untuk meyakinkan saya
<i>Behavioral Intention (Minat)</i>	Data pribadi saya sebagai donatur dijaga dengan baik
	Penggalangan dana yang dilakukan tepat sasaran

	Saya merasa penggalangan dana yang dilakukan adalah fakta
--	---

Tabel 2 Tabel Pertanyaan Pada Kuesioner

Ada beberapa tahap yang dilakukan untuk pengolahan data :

1. Analisis data untuk menarik kesimpulan yang andal serta mutlak. Angket untuk riset ini merupakan angket yang digunakan serta diperiksa validitasnya dengan skala standar untuk tiap item, jika r hitung r table (0, 246) dianggap valid dan sebaliknya bila r hitung dan r tabel dikataka tidak valid artinya item tersebut tidak valid dengan proporsi signifikan 5%. Bagi Sujarweni (2014): “Pemeriksaan keabsahan harus dilakukan untuk setiap item pertanyaan untuk memverifikasi validitasnya. R hitung dibandingkan dengan r bagan, dimana $df = n - 2$ dengan sig 5% jika r tabel dan r hitung makan valid dan sebaliknya jika r hitungr tabel berarti tidak valid. Pengecekan keabsahan ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.
2. Uji reliabilitas pada enelitian ini menggunakan Alpha Cronbach (α) dengan menggunakan program SPSS Sujarweni (2014) “Pengujian reliabilitas dapat dilakukan pada semua soal dengan cara bersamaan. Bila nilai $\alpha > 0,60$ maka dinyatakan reliabel”. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, sehingga penganalisisaan data yang dipakai pada riset ini analisis data deskriptif kuantitatif. Perhitungan statistik deskripti menggunakan statistik

deskriptif presentase karena statistik deskriptif melibatkan penyajian data lewat bagan, diagram, diagram lingkaran, piktogram, rata- rata, mode, median, menghitung desil, persentase, menghitung disperse data, menghitung rata- rata, standar deviasi serta persentase (Sugiyono, 2014, perihal. 112). Untuk menghitung analisis data, persentase frekuensi relatif besar dapat ditemukan

Bagi Prasetyowati (2017), untuk dapat mengetahui hasil olahan data agar dapat memberikan gambaran dari masalah riset, sehingga informasi yang telah didapat berikutnya diolah dengan memakai metode dari analisis tabulasi sederhana, formulanya sebagai berikut:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Dimana:

P = Persentase responden yang memilih kategori tertentu

f_i = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu

∑f_i = Banyaknya jumlah responden

Berikut adalah pengkategorian berdasarkan Mean dan Strandar Deviasi menurut Sadijono (2009: 174) :

No.	Rumus Interval	Kategori
1	$X > (M + 1,5 SD)$	Sangat Positif
2	$(M + 0,5 SD) < X < (M + 1,5 SD)$	Positif
3	$(M - 0,5 SD) < X < (M + 0,5 SD)$	Sedang
4	$(M - 1,5 SD) < X < (M - 0,5 SD)$	Negatif

Keterangan:

X = Skor

M = *Mean* Hitung

SD = Standar Deviasi Hitung

Tabel 3 Rumus Interval Pengkategorian Mean dan Standar Deviasi