

CROWNFUNDING SEBAGAI KONSTRUKSI SOSIAL TEKNOLOGI DAN MEDIA BARU

Wahyu Nurhadi¹, Irwansyah²

¹Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.

²Staf Pengajar Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI.

Email: wahjoenoerhadi@gmail.com, dr.irwansyah.ma@gmail.com

Abstract: *The presence of technology and new media does not come from empty space. Development of technology as a process of interaction or discourse between technologist and its relation with social group. Biker and Pinch in The Social Construction of Facts and Asrtefacts: or How the Sociology and the Sociology of Technology might Benefit Each Other (1984) say, the state of technology is like science, that is, as social construction, its course depends on many social factors and relationships between social groups. Crowdfunding as a new technology and media are present from social construction. Crowdfunding leverages technology by engaging the public to fundraising to help (donate) people in need and fundraising for a project or business unit, which is done online, be it based on websites and applications. So as to enable the wider community to access (fundraising or become funders) charity programs or business projects. Crowdfunding such as Kitabisa.com site is one example of social construction technology (SCOT) which then move the positive trend of the world of philanthropy in Indonesia*

Keywords: *Social Construction, SCOT , crowdfunding, Kitabisa.com*

Abstrak: *Kehadiran teknologi dan media baru tidak berasal dari ruang kosong. Perkembangan teknologi sebagai proses interaksi atau diskursus antar teknologi dan keterkaitannya dengan kelompok sosial (social groups). Bijker dan Pinch dalam The Social Construction of Facts and Asrtefacts: or How the Sociology and the Sociology of Technology might Benefit Each Other (1984) mengatakan, keadaan teknologi itu seperti ilmu pengetahuan, yakni sebagai konstruksi sosial, lintasannya tergantung kepada banyak faktor sosial dan hubungan antar kelompok sosial. Crowdfunding sebagai sebuah teknologi dan media baru yang lahir dari konstruksi sosial. Crowdfunding memanfaatkan teknologi dengan melibatkan masyarakat luas untuk menggalang dana untuk membantu (berderma) kepada orang-orang yang membutuhkan dan menggalang dana untuk suatu proyek atau unit usaha, yang dilakukan secara online, baik itu berbasis website maupun aplikasi. Sehingga memungkinkan masyarakat luas tersebut dapat mengakses (menggalang dana atau menjadi penyandang dana) program amal atau proyek usaha. Crowdfunding seperti situs Kitabisa.com adalah salah satu contoh konstruksi sosial teknologi (SCOT) yang kemudian menggerakkan tren positif dunia filantropi di Indonesia.*

Kata kunci: *Konstruksi Sosial, SCOT, crowdfunding, Kitabisa.com*

Pendahuluan

Di era yang disebut sebagai lahirnya Revolusi Industri 4.0 ini, membuat berbagai aspek kehidupan dapat tersistem secara digital dan terintegrasi secara *online* (dalam jaringan). Mulai dari aktivitas mengunduh-membaca buku versi digital (*e-book*), berbelanja sampai bepergian juga menggunakan mode aplikasi online (dalam jaringan), seperti aplikasi Tokopedia, Traveloka, ataupun aplikasi ojek *online* semisal Gojek. Kehadiran beragam aplikasi daring tersebut tentu merupakan inovasi teknologi dan menjadi kebutuhan (realitas) sosial, terutama bagi masyarakat di wilayah perkotaan yang notabene membutuhkan kecepatan dan kemudahan mobilitas.

Burhan Bungin (2006: 164) menyebut, kemajuan teknologi manusia, khususnya teknologi informasi secara sadar membuka ruang kehidupan manusia semakin luas, semakin tanpa batas dengan indikasi manusia sebagai penguasa (khalifah) di planet bumi dan galaksinya. Teknologi Informasi (*Information Technology*) berkembang pesat dan merambah hampir semua sisi kegiatan manusia, di manapun berada, baik di desa maupun kota. Maka, McLuhan (1964) menyebut kondisi demikian dengan kelahiran *Global Village*.

Meruaknya perkembangan teknologi baru benar adanya, dan tidak hanya menghadirkan berbagai kemudahan yang

jamaknya bersifat konsumtif bagi penggunanya (*user*). Optimalisasi dunia *online* pun merambah ke dalam hal yang sifatnya produktif dan menyentuh bidang filantropi (kedermawanan atau cinta kasih kepada sesama). *User* tidak hanya sebagai konsumen teknologi melainkan juga dapat berpartisipasi, membuat ide/gagasan, membagikan *campaign*, menarik simpati masyarakat luas sesama *user* untuk melakukan hal yang produktif dan berderma lewat gerakan filantropi.

Dunia filantropi yang umumnya digerakkan oleh organisasi amal atau LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) dengan menggunakan metode tradisional semisal melakukan penggalangan dana secara langsung lewat tatap muka atau *door to door*, kini digerakkan dengan teknik *crowdfunding*, yaitu penggalangan dana untuk program atau unit usaha yang dilakukan secara *online*, baik itu berbasis website maupun aplikasi. Terdapat beberapa lembaga di Indonesia sudah menggunakan teknik *crowdfunding*, seperti Yayasan Kitabisa lewat platform *Kitabisa.com*, atau platform *Wujudkan.com*, *Ayopeduli.com*, *Indves.com*, dan *Gandengtangan.org*.

Teknik *crowdfunding* pertama kali dikenal di Amerika Serikat pada tahun 2003 lewat situs bernama *Artistshare*. Lewat situs itu para artis/musisi mengajak

para penggemarnya untuk turut berkontribusi dalam produksi sebuah karya, dengan cara urun dana. Setelah *Artistshare* terbilang sukses, kemudian bermunculanlah situs-situs crowdfunding lainnya semisal *Kickstarter* yang fokus dalam pendanaan usaha atau industri kreatif.

Istilah *crowdfunding* sendiri diturunkan dari istilah *crowdsourcing* (urun daya) yang telah lebih dulu populer (Hemer, 2011: 4). Hemer mengutip Wojciechowski (2009) bahwa lewat jejaring sosial *crowdfunding* potensial untuk organisasi amal dan LSM.

Crowdfunding sendiri terdiri atas tiga jenis yang didasarkan pada bentuk imbalan yang diberikan pada pemberi dana, yaitu *reward-based/donation-based crowdfunding*, *equity-based crowdfunding*, dan *loan-based crowdfunding*.

Konsep *crowdfunding* memanfaatkan teknologi dan konstruksi sosial sebagai dasar. Pemanfaatan teknologi tentu dipengaruhi atas permintaan masyarakat akan teknologi yang mudah dan berdaya guna. Sebagaimana mudahnya kini seseorang untuk berdonasi kepada seseorang lain yang membutuhkan bantuan. Ia, misalnya, si pendonor hanya cukup membuka situs *crowdfunding* dan kemudian menyalurkan dananya, sesuai *campaign* (program) yang ia kehendaki.

Kehadiran teknologi baru tidak berasal dari ruang kosong. Perkembangan

teknologi sebagai proses interaksi atau diskursus antar teknolog dan keterkaitannya dengan kelompok sosial (*social groups*). Bijker dan Pinch (1984) mengatakan, keadaan teknologi itu seperti ilmu pengetahuan, yakni sebagai konstruksi sosial, lintasannya tergantung kepada banyak faktor sosial dan hubungan antar kelompok sosial. Oleh karena itu, dalam hal ini peneliti memandang bahwa *crowdfunding* merupakan bentuk konstruksi sosial dalam teknologi (*social construction of technology*).

Pembahasan

A. Pengertian Konstruksi Sosial Teknologi (SCOT)

Teori Social Construction of Technology (SCOT), “...is a theory within the field of Science and Technology Studies. Advocates of SCOT—that is, social constructivists—argue that technology does not determine human action, but that rather, human action shapes technology.” (*Handbook of Research on Contemporary Theoretical Models in Informatin Systems*: 2009)

Teori Konstruksi Sosial Teknologi (*Social Construction of Technology*) atau biasa disingkat SCOT, pertama kali diperkenalkan oleh Wiebe E. Bijker dan Trevor J. Pinch, pada tahun 1984 dalam sebuah artikel berjudul “*The Social*

Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology might Benefit Each Other". SCOT memandang bahwa perkembangan teknologi sebagai proses interaksi atau diskursus antar teknolog dan keterkaitannya dengan kelompok sosial (social groups). Jadi, betul adanya, teknologi tidak hadir begitu saja dari ruang hampa, melainkan ada diskusi, negosiasi antara ilmuwan/teknolog (pencipta teknologi) dengan masyarakat, agar suatu teknologi dapat berhasil diterima dengan baik.

Bijker dan Pinch berpendapat bahwa keadaan teknologi itu seperti ilmu pengetahuan, yakni sebagai konstruksi sosial, lintasannya tergantung kepada banyak faktor sosial dan hubungan antar kelompok sosial. Menurut Bijker, belakangan ini teknologi dan ilmu pengetahuan seolah dipisahkan. Padahal, keduanya tidak dapat dipisahkan, saling berkait-kelindan; teknologi dan ilmu pengetahuan berkaitan dan saling memberi keuntungan satu sama lain.

Dengan teknologi, menurut Bijker, varian lama yang mati digantikan dengan varian baru, atau melanjutkan fungsi yang sebelumnya ada. Sebagai contoh, teknologi telepon genggam dahulu hanya sebatas untuk menelepon dan mengirimkan pesan (SMS), namun kini muncul telepon yang

tidak hanya untuk telepon dan SMS, lebih dari itu untuk berselancar di internet, bermain game, telepon video, dan sebagainya. Varian baru telepon genggam itu dinamakan *smartphone* (ponsel cerdas) dengan penggunaan dan fungsinya yang menyerupai komputer.

Konstruksi sosial dalam teknologi muncul ditengarai ketika menjamurnya penggunaan internet. Evolusi penggunaan internet dari sarana komunikasi antar komputer menjadi media demokratisasi dapat dipahami dalam kerangka konstruksi sosial teknologi (*social construction of technology*) di mana perkembangan teknologi tidaklah bersifat linier (Bijker: 1987). Perkembangan teknologi berjalan beriringan dengan permintaan/kebutuhan masyarakat sendiri terkait teknologi; bahwa teknologi adalah hasil konstruksi sosial yang dibentuk oleh masyarakat.

Teknologi mengalami penyesuaian dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Seperti ketika masyarakat membutuhkan aksesibilitas internet tidak hanya dengan menggunakan komputer karena salah satunya atas dasar fleksibilitas, maka kemudahan mengakses internet kini hadir dalam genggam *smartphone* yang bekerja dengan *software* dan menggunakan sistem operasi (*operating system*) yang menyediakan hubungan standar bagi pengembang aplikasi, yang

akhirnya pengguna (*user*) bisa berselancar di internet, mengirim dan menerima surat elektronik (*email*), dilengkapi pula dengan fitur papan ketik (*qwerty keypad*). *Smartphone* dianggap sebagai komputer mini dengan kemampuan untuk menelepon.

B. Kerangka Konseptual SCOT

Bijker dan Pinch membuat 4 (empat) kerangka konseptual yang menjadi dasar dari teori *Social Construction of Technology* (SCOT), antara lain:

1. Fleksibilitas Interpretif (*Interpretive Flexibility*)

Konsep pertama ini diambil dari program empiris relativisme dalam studi sosial dan ilmu pengetahuan (*social and science study*), yang menganjurkan bahwa desain teknologi adalah proses terbuka yang bisa menghasilkan produk yang berbeda, tergantung pada proses pembangunan sosial.

2. Keterkaitan Kelompok Sosial (*Relevant Social Groups*)

Hubungan/Keterkaitan Kelompok Sosial merupakan interpretasi khusus: “Semua anggota kelompok sosial tertentu berbagi set dengan makna yang sama, melekat pada artefak teknologi tertentu.” (Pinch and Bijker 1987, 30).

Konsep ini berpandangan bahwa pengembangan teknologi itu adalah suatu proses di mana melibatkan banyak

kelompok. Masing-masing menciptakan interpretasi yang spesifik dari sebuah teknologi; bernegosiasi dengan kelompok sosial yang lain; melihat dan membangun sebuah objek yang sungguh berbeda dengan yang telah ada. Seperti telah dijelaskan di muka, bahwa pada dasarnya terdapat negosiasi dalam menciptakan sebuah teknologi.

3. Penutupan dan Stabilisasi (*Closure and Stabilization*)

Penutupan atau hasil akhir dan stabilisasi ini merupakan proses perencanaan antar kelompok yang dapat mengalami ketidaksesuaian ketika terdapat interpretasi yang bertentangan atas suatu teknologi.

Suatu teknologi akan terus diuji, dan proses perencanaan antar kelompok mencapai akhir ketika tidak ada lagi ketidaksesuaian, sehingga teknologi bisa stabil dalam bentuk akhirnya.

4. Konteks yang Lebih Luas (*Wider Context*)

Konsep keempat adalah konteks yang lebih luas, yakni lingkungan sosial budaya dan politik di mana pembuatan-pembangunan suatu produk dilakukan. Kondisi latar belakang dari interaksi antar kelompok, seperti hubungan mereka satu sama lain, aturan yang mengikat interaksi mereka, dan faktor lain atas perbedaan kekuatan mereka, sebagian besar tetap tidak terlihat.

C. SCOT sebagai Pembanding Teori Determinisme Teknologi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata Determinasi diartikan sebagai hal menentukan (menetapkan, memastikan) dalam mencapai maksud atau tujuan. Dalam teori Determinisme Teknologi (*Technological Determinism*) disebutkan bahwa teknologi itu mendeterminasi (mengubah) sikap dan perilaku masyarakat; bahwa segala apa yang menjadi perilaku masyarakat saat ini diubah dan ditentukan oleh (perkembangan) teknologi. Manusia dianggap memiliki kecenderungan dan ketergantungan terhadap teknologi. Teknologi sebagai candu dari masyarakat.

McLuhan (1964), selaku penggaga teori Determinisme Teknologi, menjelaskan bahwa pola kehidupan masyarakat manusia, khususnya aspek interaksi sosial di antara mereka, ditentukan oleh perkembangan dan jenis teknologi yang dikuasai masyarakat bersangkutan. Dasar pemikiran McLuhan dalam mengemukakan pendapat tersebut adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pola keberadaan manusia itu sendiri. Dalam bukunya, McLuhan mengatakan bahwa “*We Shape our tools and they in turn shape us*” (Kita membentuk peralatan kita dan mereka pada gilirannya yang membentuk kita).

Terdapat 3 (tiga) kerangka pemikiran McLuhan (2003) dalam teori Determinisme Teknologi, yaitu:

1. Penemuan-penemuan hal baru dalam bidang teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya.
2. Perubahan komunikasi manusia membentuk eksistensi kehidupan manusia.
3. Kita membentuk alat-alat yang kita perlukan dan sekarang giliran alat-alat itu yang membantu diri kita.

Apa yang telah dikemukakan oleh McLuhan berlawanan dengan Bijker yang mengatakan dalam *Social Construction of Technology* (SCOT) bahwa, teknologi tidak menentukan tindakan manusia tetapi sebaliknya, manusialah yang membentuk nilai dari sebuah teknologi berdasarkan pemikiran (konstruksi) mereka.

Senada, Neil Postman pun dalam bukunya *Technopoly The Surrender of Culture to Technology* (1992) menyebut bahwa teknologi yang ditemukan atau yang kita gunakan saat ini, tentu melalui proses yang panjang, salah satunya yakni proses sosial. Terdapat diskursus antar teknolog dengan masyarakat atau kelompok sosial. Teori dari Postman membantah gagasan yang menyatakan bahwa teknologi datang begitu saja, membantu dan mengubah kebiasaan manusia. Teori ini berpandangan dalam pembuatan suatu teknologi dilatarbelakangi oleh prediksi manusia

untuk mengembangkan sesuatu yang sebelumnya sudah dicita-citakan.

Satu misal, prediksi manusia atas komunikasi tatap muka tanpa harus berada pada ruang yang sama ada dalam cerita-cerita rakyat (folklor) tentang kaca bengkala. Dan kini, prediksi atau cita-cita tersebut berwujud nyata dalam bentuk *video call*, lewat aplikasi *Skype* misalnya. Artinya terdapat prediksi dan kontruksi dalam diri masyarakat terlebih dulu sebelum munculnya teknologi.

Dalam SCOT, tidak akan ada atau berhasil diterima sebuah teknologi jika tanpa adanya diskursus dan negosiasi antara teknolog dengan kelompok sosial. Terdapat keterkaitan kelompok sosial masyarakat (*relevant social groups*), menjadi kerangka konseptual ketiga teori SCOT. Dan jika pun hadir sebuah teknologi, apakah teknologi tersebut dapat berhasil bertahan lama, hal itu ditentukan oleh *closure and stabilization* di mana sebelum mencapai hasil akhir dan stabil, sebuah teknologi diuji terlebih dahulu oleh masyarakat. Teknologi melewati semacam kurasi dari masyarakat sebagai *user*. Jika hal tersebut tidak dilewati oleh sebuah teknologi, tentu teknologi itu tidak akan berhasil bertahan lama, seperti sebuah platform media baru *Friendster*, yang digulung oleh jejaring sosial *Facebook*.

Media Sosial *Facebook* dalam sejarahnya diciptakan oleh Mark

Zuckerberg awalnya di tingkat kampus untuk kemudian dapat digunakan oleh masyarakat luas, setelah para mahasiswa di Universitas Harvard memiliki kesesuaian satu sama lainnya terhadap *Facebook*.

D. Crowdfunding sebagai Teknologi dan Media Baru

Crowdfunding merupakan sebuah kerjasama dari khalayak untuk mengumpulkan dana bersama-sama untuk semua tujuan dan biasanya menggunakan internet (Sullivan, 2006). *Crowdfunding* memungkinkan puluhan bahkan ratusan ribu orang urun dana untuk mewujudkan suatu proyek komersial maupun penggalangan dana untuk kepentingan sosial. Istilah *crowdfunding* (urun dana) sendiri diturunkan dari istilah *crowdsourcing* (urun daya) yang telah lebih dulu populer (Hemer, 2011: 4). Jika *crowdsourcing* mendeskripsikan proses mendapatkan pekerjaan atau proyek, maka *crowdfunding* adalah proses penggalangan dana lewat *campaign* (program), terfokus pada keuangan. Konsep dan tekniknya sama. Keduanya melibatkan masyarakat luas dengan media internet/online. Yang membedakan hanyalah *output*-nya.

Konsep *crowdfunding* pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat lewat situs bernama *Artistshare* pada tahun 2003. Dalam situs *Artistshare*, para musisi

berusaha mencari dana dari para penggemarnya agar bisa memproduksi sebuah karya. Hal itu menginisiasi munculnya situs-situs *crowdfunding* lainnya seperti *Kickstarter* pada tahun 2009 yang fokus dalam pendanaan industri kreatif dan *Gofundme* pada tahun 2010 yang mengelola pendanaan berbagai acara. Juga berbagai bentuk *crowdfunding* hadir seperti *Kiva*, *IndieGoGo*, *Spot-us*.

Crowdfunding sendiri sudah eksis di dunia internasional dan diperkirakan berhasil mengumpulkan \$ 16,2 miliar dollar di tahun 2014. Di Indonesia, *crowdfunding* sudah cukup dikenal dan memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi instrumen pengumpulan dana investasi dan program *charity*. Seperti dikutip dari *Kompas.com*, di Indonesia situs *crowdfunding* pertama kali muncul pada tahun 2012 dengan hadirnya website *Patungan.net*. Kemudian, muncul beberapa situs *crowdfunding* lain seperti *Kitabisa.com*, *Wujudkan.com*, *Ayopeduli.com*, *Indves.com*, dan *Gandengtangan.org*.

Bradford (2012) membagi beberapa model *crowdfunding* berdasarkan hasil yang akan didapat penyandang dana atas kontribusinya, antara lain:

1. Model Donasi

Dalam model ini penyandang dana (donatur) tidak mendapat pengembalian apapun atas dana yang telah disumbangkannya kepada pemilik

program/proyek. Donasinya berdasar atas rasa simpati kepada orang yang dibantunya.

2. Model Penghargaan

Crowdfunding model ini pemilik proyek akan menawarkan sejumlah imbalan penghargaan kepada penyandang dana atas kontribusinya meski bukan berupa keuntungan dari proyek tersebut.

3. Model Pra-Pembelian

Crowdfunding ini memiliki konsep yang hampir sama dengan model penghargaan, hanya saja imbalan yang akan diterima oleh penyandang dana adalah berupa hasil produksi dari proyek tersebut. Misal, proyek/modal usaha produksi batik, maka penyandang dana akan memperoleh hasil produksi yakni batik.

4. Model Pinjaman

Implementasi dari model pinjaman yakni penyandang dana hanya sementara waktu meminjamkan uangnya untuk pengembangan proyek tertentu. Kemudian penyandang dana akan mendapat pengembalian dari dana yang telah disumbangkannya, dan biasanya penyandang dana juga mendapatkan bunga atas dana yang dipinjamkannya.

5. Model Ekuitas

Dalam model ekuitas penyandang dana mengharapkan kompensasi berupa ekuitas atau bunga atas proyek yang didanainya.

Pemanfaatan platform *crowdfunding* relatif mudah karena berbasis *online* sehingga bisa diakses oleh banyak orang, kapanpun dan di manapun. Penggunaannya cukup simpel: seseorang atau unit usaha yang membutuhkan donasi atau pendanaan dalam proyeknya akan mengajukan *campaign* (program/proposal) beserta jumlah dana dan batas waktu yang mereka butuhkan untuk menjalankan program tersebut melalui *website* pengelola *crowdfunding*. Masyarakat (*user*) pengguna *website* tersebut akan melihat program tersebut, dan seandainya program tersebut dianggap menarik maka mereka (calon donatur) akan berdonasi atau menyetorkan modal untuk mendanai program tersebut.

Sejauh ini, hanya beberapa artikel ilmiah yang membahas secara eksklusif *crowdfunding*, lebih banyak lagi tersedia tentang masalah *crowdsourcing* yang terkait tetapi tidak selalu sangat membantu untuk menyelidiki kekhususan *crowdfunding* (Hemer, 2011: 5).

Platform *crowdfunding* merupakan pemanfaatan teknologi dan media baru bagi masyarakat luas untuk menggalang dana untuk membantu (berderma) kepada orang-orang yang membutuhkan dan menggalang dana untuk suatu proyek atau unit usaha,

yang dilakukan secara *online*, baik itu berbasis *website* maupun aplikasi. Sehingga memungkinkan masyarakat luas dapat mengakses (menggalang dana atau menjadi penyandang dana) program amal atau proyek usaha. Platform *crowdfunding* tentu lahir dari sebuah konstruksi sosial yang menginginkan kemudahan masyarakat untuk berderma atau menciptakan peluang usaha.

E. Kitabisa sebagai Wadah Filantropi Era Digital dan Generasi Milenial

Di Indonesia, platform *crowdfunding* yang cukup populer untuk melakukan penggalangan dana model donasi (*fundraising*) adalah situs *Kitabisa.com*, yang hadir sejak tahun 2013. Selain *Kitabisa.com* yang cukup dikenal ada pula situs *AyoPeduli.com* dan *Wujudkan.com*. Namun, kedua situs *crowdfunding* itu gulung tikar pada awal tahun 2017 (*id.technesia.com*).

Dari laman *Kitabisa.com* menyebut sebagai penyedia teknologi online bagi individu, komunitas, organisasi, maupun perusahaan yang disebut dengan *tagline* #OrangBaik. *Kitabisa.com* menyediakan layanan berbasis *online* untuk masyarakat luas yang ingin melakukan penggalangan dana dengan membuat halaman donasi *online* (yang disebut sebagai halaman *campaign*) untuk beragam tujuan sosial, personal, dan tujuan kreatif.

Selain itu, *Kitabisa.com* memudahkan setiap orang berdonasi kapan saja secara *online* ke campaign-campaign di Kitabisa sesuai dengan kategori atau organisasi yang ia kehendaki.

Kitabisa menerapkan kebijakan *open platform*, yang memungkinkan setiap orang dalam hitungan menit dapat membuat *campaign* di Kitabisa selama mereka melengkapi syarat verifikasi identitas dan tidak melanggar hukum di Indonesia.

Sebagai *social enterprise startup*, Kitabisa mengenakan biaya administrasi sebesar 5% dari total donasi di sebuah *campaign*, terkecuali *campaign* bencana alam dan zakat (0% biaya administrasi). Kaitannya dengan legalitas, Yayasan Kitabisa tercatat di Kemenkumham, mendapatkan izin PUB (Penggalangan Uang dan Barang) dari Kemensos dengan SK Menteri no 478/HUK-PS/2017, dan diaudit oleh Kantor Akuntan Publik dengan hasil Wajar Tanpa Pengecualian.

Saat ini, di situs *Kitabisa.com* terhitung 10.206 *campaign* terdani dengan *user* (donatur) sejumlah 666.281 #OrangBaik serta nominal donasi terkumpul sebesar Rp. 252.708.392.471,- Pada tahun 2017, KitaBisa sedikitnya telah menjembatani lebih dari 12.000 kampanye penggalangan dana dengan berbagai macam topik dan isu sosial, dengan nominal mencapai sebesar 193 miliar rupiah dari angka 61 miliar di

tahun 2016. Dibandingkan tahun 2016, pencapaian itu menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, yakni mencapai tiga ratus persen dengan pertumbuhan donasi mencapai 230 persen.

Adapun jenis *campaign* yang populer sepanjang tahun 2017 di Kitabisa, yaitu: membantu keluarga/teman yang sakit (24%), isu kemanusiaan (16%), dan pembangunan tempat ibadah (10%). CEO Kitabisa Alfatih Timur, yang karib disapa Timmy, menuturkan bahwa tahun 2017 menunjukkan potensi *crowdfunding* sebagai cara untuk memperjuangkan sebuah harapan kepada masyarakat luas. Dalam siaran pers tertulisnya, pihak Kitabisa mengklaim bahwa masyarakat kini semakin familier dengan peran *crowdfunding* sebagai solusi permasalahan sosial. Seperti diberitakan *Kompas.com*, Timmy menuturkan, “*Kami menjadi saksi bahwa Indonesia tidak kekurangan orang baik. Ketika ada wadah dan momen yang tepat, mereka berkolaborasi menciptakan berbagai perubahan*”.

Timmy, pria kelahiran Bukittinggi 27 Desember 1991 aktif dalam organisasi kampus saat ia masih berstatus sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, dan meraih berbagai penghargaan di antaranya “One of 30 Under 30 List for Social Entrepreneur

Category dari Forbes Asia”, “Part of Global Shapers Jakarta Hub” dan terpilih dalam program dua pekan Jolkona Foundation Fellow dalam bidang Proyek Katalis di Amerika Serikat pada tahun 2014.

Hal di atas menunjukkan, dengan melihat usia Timmy sebagai pendiri Kitabisa, filantropi di Indonesia digerakkan pula oleh para pemuda atau yang kini akrab disebut generasi milenial. Generasi milenial adalah mereka-mereka yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000. Ciri-cirinya mudah dikenali, seperti: mereka tidak terlalu banyak memikirkan persoalan matematis di kepalanya, berterimakasih atas kehadiran *gadget*, dan kelompok semacam ini rata-rata berusia 20-an (Time, 2013). Generasi pada tahap ini, ditandai oleh suatu sikap idealisme yang tinggi serta meningkatnya kesadaran partisipasi dan emansipasi. Oleh karena itu pula, generasi milenial memberi pengaruh cukup besar atas tren positif dunia filantropi di Indonesia.

Dari data di atas, bisa kita simpulkan bahwa tren filantropi di era digital berkembang secara signifikan. Tren filantropi didukung oleh generasi milenial dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi di era digital, yaitu munculnya teknologi media baru (*new media*) seperti internet. Flew dalam *New Media: An Introduction* (2005) menjelaskan media baru merupakan sebuah

terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Menurut Flew, contoh dari media yang sangat merepresentasikan media baru adalah internet, dengan karakteristik: interkoneksi, interaktivitas, dan aksesibilitas.

Simpulan

Sebagaimana pengertian dari Bijker tentang *Social Construction of Technology* (SCOT) bahwa masyarakat mengarahkan teknologi bagaimana cara memandang realitas, khususnya dalam cara berkomunikasi, untuk memahami berbagai bentuk kehidupan sosial yang terjadi di masyarakat dan kemudian mengonstruksi teknologi dan media baru. Artinya, dalam teori ini, teknologi tidak membuat sikap dan perilaku individu atau masyarakat, justru sebaliknya masyarakat melalui konstruksi sosial yang membentuk atau melahirkan teknologi.

Crowdfunding merupakan sebuah kerjasama dari khalayak untuk mengumpulkan dana bersama-sama untuk semua tujuan dan biasanya menggunakan internet (Sullivan, 2006). *Crowdfunding* seperti situs *Kitabisa.com* adalah salah satu contoh konstruksi sosial teknologi dan media baru yang kemudian menggerakkan tren positif dunia filantropi di Indonesia.

Daftar Pustaka

Buku:

Bijker, Wiebe E. and Trevor J. Pinch. 1984. *"The Social Construction of Facts and Artefacts: or How the Sociology and the Sociology of Technology might Benefit Each Other."* New York: Sage Publications.

Bijker, Wiebe E. and Thomas P. Hughes (ed). 1987. *The Social Construction of Technological System: New Directions in the Sociology and History of Technology.* London: MIT Press.

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Flew, Terry. 2005. *New Media: An Introduction.* England: Oxford University Press.

Hemer, Joachim. 2011. *A Snapshot on Crowdfunding.* Karlsruhe: Fraunhofer Institute for Systems and Innovation.

McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man.* New York: McGraw-Hill

McLuhan, Marshal. 2003. *Understanding Media: The Extension of Man.* London & New York: Gingko Press.

Postman, Neil. 1992. *Technopoly The Surrender of Culture to Technology.* New York: Vintage Books.

Jurnal/Skripsi/Majalah:

Ariesta, Ovinandya. 2016. "Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial". Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Bradford, C. Steven. 2012. *"Crowdfunding and the Federal Securities Laws"*. Lincoln: University of Nebraska.

Dwivedi, Yogesh K. and Banita Lal (ed). 2009. *"Handbook of Research on Contemporary Theoretical Models in Informatin Systems"*. USA: IGI Global.

Klein, Hans K. and Daniel Lee Kleinman. 2002. *"The Social Construction of Technology: Structural Considerations"*. New York: Sage Publications.

Time edisi Mei 2013.

Website:

Akbar, Dhoni Siamasyah Fadillah. "Konsep Crowdfunding untuk Pendanaan Infrastruktur di Indonesia". <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/konsep-crowdfunding-untuk-pendanaan-infrastruktur-di-indonesia/>. Diakses pada 4 Mei 2018, pukul 19.53.