

ABSTRACT

SUCCESS FACTORS OF CREATIVE ENTREPRENEURS SEEKING FUNDING IN KICKSTARTER CROWDFUNDING PLATFORM

Annisa Devi Rifandiani
22/501422/PEK/28736

This study investigates the key success factors of creative crowdfunding campaigns on the Kickstarter platform. It examines fourteen campaigns launched between July 2024 and March 2025, covering a range of funding outcomes from unsuccessful to highly successful. The research aims to uncover what backers look for when deciding to pledge and how creators can replicate elements of success in future campaigns. Data were collected through direct observation of campaign landing pages and creators' linked social media activities, with analysis conducted in the first quarter of 2025. Using a qualitative approach grounded in thematic analysis, the study employs multi-phase coding to identify patterns in creator presentation, campaign design, product communication, and audience engagement.

The findings are organized into four thematic domains and synthesized into two conceptual tools: the Core Values Framework, which identifies communicative traits associated with campaign success, and the Campaign Maturity Framework, which maps the evolving complexity of campaign design. By bridging academic insight with applied relevance, this research offers a practical reference for creators while contributing to the broader understanding of crowdfunding as both creative labor and strategic digital communication.

Keywords: crowdfunding, Kickstarter, campaign communication, thematic analysis, inductive qualitative research, creative industries, creator economy, campaign success factor.

ABSTRAKS

FAKTOR KEBERHASILAN PENGUSAHA KREATIF DALAM Mencari DANA DI PLATFORM CROWDFUNDING KICKSTARTER

Annisa Devi Rifandiani
22/501422/PEK/28736

Studi ini meneliti faktor keberhasilan utama dari kampanye *crowdfunding* kreatif di platform Kickstarter. Penelitian ini mencakup empat belas kampanye yang diluncurkan antara Juli 2024 hingga Maret 2025, dengan berbagai hasil pendanaan mulai dari yang gagal hingga yang sangat sukses. Tujuan penelitian adalah mengungkap apa yang dicari pendukung saat memutuskan untuk berkontribusi dan bagaimana kreator dapat meniru elemen-elemen keberhasilan dalam kampanye di masa mendatang. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap halaman kampanye dan aktivitas media sosial yang terkait dengan kreator, dengan analisis dilakukan pada kuartal pertama tahun 2025. Menggunakan pendekatan kualitatif berbasis analisis tematik, studi ini menerapkan pengkodean multi-fase untuk mengidentifikasi pola dalam presentasi kreator, desain kampanye, komunikasi produk, dan keterlibatan audiens.

Hasilnya dikelompokkan ke dalam empat domain tematik dan disintesis menjadi dua alat konseptual: *Core Values Framework*, yang mengidentifikasi karakteristik komunikatif terkait keberhasilan kampanye, dan *Campaign Maturity Framework*, yang memetakan kompleksitas evolusi dari desain kampanye. Dengan menjembatani wawasan akademik dan relevansi terapan, penelitian ini menawarkan pedoman praktis bagi kreator sekaligus berkontribusi pada pemahaman yang lebih luas tentang crowdfunding sebagai kerja kreatif dan komunikasi digital strategis.

Kata kunci: crowdfunding, Kickstarter, komunikasi kampanye, analisis tematik, penelitian kualitatif induktif, industri kreatif, ekonomi kreator, faktor keberhasilan kampanye.