UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari TikTok ke Kitabisa.com: Studi tentang Konten Kampanye Sosial Kebencanaan dan Perilaku Berdonasi
Cahya Zahrani Sahaja, Dr. Suharman, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi praktik solidaritas sosial, termasuk dalam konteks filantropi kebencanaan di Indonesia. Penelitian ini mengkaji bagaimana konten kampanye sosial kebencanaan di TikTok membentuk perilaku berdonasi dan motivasi pengguna untuk berdonasi melalui Kitabisa.com. Fokus penelitian diarahkan pada proses yang menghubungkan paparan konten di media sosial dengan tindakan nyata berupa donasi digital, khususnya dalam konteks solidaritas digital masyarakat Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap tujuh informan berusia 18–24 tahun yang berdomisili di Yogyakarta dan memiliki pengalaman berdonasi melalui Kitabisa.com setelah terpapar konten TikTok. Analisis dilakukan menggunakan dua kerangka teori, yaitu Teori *Mass Collaboration* (Tapscott & Williams, 2008) dan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) (Petty & Cacioppo, 1984). Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembentukan motivasi donatur berlangsung secara bertahap dan dinamis. Pada tahap awal, algoritma TikTok khususnya fitur *For You Page* (FYP) berperan sebagai pintu masuk *awareness* melalui paparan konten yang bersifat pasif. Elemen visual yang emosional seperti kondisi korban bencana, musik latar bernuansa sedih, dan narasi relawan yang autentik berfungsi sebagai *peripheral cues* yang memicu empati secara spontan. Selanjutnya, ketika pengguna mengakses Kitabisa.com melalui tautan dalam konten, terjadi *route switching* dari jalur periferal menuju jalur sentral, di mana fitur transparansi *platform* seperti *progress bar* donasi *real-time*, laporan Kabar Terbaru, serta notifikasi konfirmasi memperkuat kepercayaan dan mengubah empati menjadi keputusan donasi yang lebih rasional. Selain itu, fitur interaktif TikTok seperti *Stitch*, *Duet*, dan *Repost* menciptakan pola kolaborasi massa horizontal yang memperluas jangkauan kampanye dan memperkuat *social proof* secara kolektif, selaras dengan prinsip *peering*, *sharing*, dan *acting globally* dalam teori *mass collaboration*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan kampanye kebencanaan digital tidak semata-mata ditentukan oleh kekuatan narasi emosional, melainkan juga oleh integrasi antara algoritma media sosial, fitur partisipatif *platform*, dan transparansi sistem donasi. Fenomena ini mencerminkan transformasi nilai gotong royong tradisional ke dalam bentuk solidaritas digital yang inklusif, cepat, dan terukur.

Kata kunci: Kitabisa.com, Motivasi Donatur, *Mass Collaboration*, *Elaboration Likelihood Model*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari TikTok ke Kitabisa.com: Studi tentang Konten Kampanye Sosial Kebencanaan dan Perilaku Berdonasi
Cahya Zahrani Sahaja, Dr. Suharman, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has transformed social solidarity practices, including disaster-related philanthropy in Indonesia. This study examines how disaster social campaign content on TikTok shapes donation behavior and user motivation to donate through Kitabisa.com. The research focuses on the process linking social media content exposure to concrete acts of digital donation, particularly within the context of Indonesia's growing digital solidarity culture. This study employs a descriptive qualitative approach, conducting in-depth interviews with seven informants aged 18-24 years residing in Yogyakarta who had experience donating through Kitabisa.com after being exposed to TikTok content. The analysis is grounded in two theoretical frameworks: Mass Collaboration Theory (Tapscott & Williams, 2008) and the Elaboration Likelihood Model (ELM) (Petty & Cacioppo, 1984). The findings reveal that donor motivation formation occurs gradually and dynamically. In the initial stage, TikTok's algorithm particularly the For You Page (FYP) feature serves as an awareness gateway through passive content exposure. Emotionally charged visual elements such as footage of disaster victims, melancholic background music, and authentic volunteer narratives function as peripheral cues that spontaneously trigger empathy. Subsequently, when users access Kitabisa.com through links embedded in content, a route switching occurs from the peripheral route to the central route, wherein platform transparency features such as real-time donation progress bars, campaign update reports, and confirmation notifications strengthen trust and convert empathy into more rational donation decisions. Furthermore, TikTok's interactive features including Stitch, Duet, and Repost create horizontal mass collaboration patterns that expand campaign reach and collectively reinforce social proof, consistent with the principles of peering, sharing, and acting globally in mass collaboration theory. This study concludes that the success of digital disaster campaigns is not solely determined by the strength of emotional storytelling, but also by the integration of social media algorithms, participatory platform features, and donation system transparency. This phenomenon reflects the transformation of traditional gotong royong (mutual cooperation) values into an inclusive, rapid, and measurable form of digital solidarity.

Keywords: Kitabisa.com, Motivasi Donatur, *Mass Collaboration*, *Elaboration Likelihood Model*