

Pengaruh Citra Aplikasi Kitabisacom terhadap Minat Donasi Generasi Milenial di Masa Pandemi Covid-19

Chelsea Erwan¹, Farid^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: *chelsea.915180279@stu.untar.ac.id*

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: *farid@fikomuntar.ac.id*

Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal: 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal: 16-01-2022

Abstract

The Kitabisacom application is a well-known platform to raise funds and donate which is available in smartphone or website in Indonesia. During the Covid-19 pandemic, Indonesians experienced economic difficulties. Some were infected with Covid-19 and couldn't pay for hospital fees. A lot of millennials use this application to make donations to those in need. To find out how the image of the Kitabisacom application affects millennial generation's interest in donations during Covid-19 pandemic and whether Kitabisacom application's image can increase millennial generation's interest in donations during Covid-19 pandemic is the purpose. The theory used is the image theory from Sumardi (2021): (dynamic, cooperative, business, character, successful, and withdrawn) and Gilchrist's theory of donation interest (2019): (attitude, norms, and behavioral intention). This study uses quantitative approach with 100 samples of @Kitabisacom Instagram followers through purposive sampling technique. From the simple linear regression test, every time there is an addition of a value or number for the influence of the Kitabisacom application image (X), there will be an increase in donation interest (Y) worth 0.443 (regression coefficient). The T-test shows the influence of the Kitabisacom application's image on the millennial generation's interest in donations during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Covid-19 pandemi, crowdfunding, donation interest, image, Kitabisacom application

Abstrak

Aplikasi Kitabisacom merupakan platform untuk menggalang dana dan berdonasi yang tersedia dalam bentuk aplikasi *smartphone* maupun *website* yang terkenal di Indonesia. Selama pandemi Covid-19, sejumlah masyarakat Indonesia mengalami kesulitan ekonomi maupun terinfeksi Covid-19 dan tidak mampu membayar biaya rumah sakit. Generasi milenial menggunakan aplikasi Kitabisacom untuk menggalang dana ataupun melakukan donasi kepada yang membutuhkan. Penelitian ini ingin mengetahui apakah citra aplikasi Kitabisacom dapat meningkatkan minat donasi generasi milenial saat pandemi Covid-19. Teori yang digunakan yakni teori citra menurut Sumardi (2021) yaitu *dynamic, cooperative, business, character, successful, dan withdrawn*. Selain itu juga teori minat donasi oleh Gilchrist (2019) yaitu *attitude, norms, dan behavioral intention*. Metode penelitian yang digunakan yakni pendekatan kuantitatif serta metode survei dengan 100 sampel dari pengikut Instagram @Kitabisacom dengan *non-probability sampling* serta teknik *purposive sampling*. Dari uji regresi linear sederhana didapati bahwa setiap adanya penambahan angka atau nilai untuk pengaruh citra aplikasi Kitabisacom, maka akan terdapat kenaikan minat donasi senilai 0,443 (koefisien regresi). Uji T juga menunjukkan adanya pengaruh citra aplikasi Kitabisacom terhadap minat donasi generasi milenial saat pandemi Covid-19.

Kata Kunci: aplikasi Kitabisacom, citra, crowdfunding, minat donasi, pandemi Covid-19

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 menyebabkan berbagai hambatan khususnya dalam sektor ekonomi dan kesehatan di Indonesia. Tidak sedikit pasien Covid-19 yang mengalami kesulitan membayar tagihan rumah sakit. Demi kesembuhan pasien, banyak dari keluarga maupun kerabat pasien berusaha mencari bantuan dari sumber lain yakni melalui donasi dari masyarakat.

Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) membuat kegiatan donasi dilakukan melalui *online* dan tidak secara langsung. Dilansir dari TribunNews.com, riset yang dilakukan GoPay pada Agustus – Oktober 2020 menunjukkan bahwa pemberian donasi digital melonjak menjadi 72 persen selama pandemi Covid-19. Salah satu aplikasi donasi *online* di Indonesia adalah Kitabisacom. Kitabisacom merupakan platform untuk menggalang dana dan berdonasi yang tersedia dalam bentuk aplikasi *smartphone* maupun *website*. Aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi donasi yang populer di berbagai kalangan, terutama kaum milenial.

Setiap perusahaan tak terkecuali Kitabisacom memiliki citra di mata masyarakat. Sementara itu, Katz dan Ardianto (2010) menuturkan bahwa citra merupakan cara konsumen ataupun seseorang memandang seseorang maupun perusahaan. Setiap perusahaan memiliki citra yang terbangun dari cara konsumen atau seseorang yang memandangnya (Savitri & Erdiansyah, 2019). Kitabisacom pun membangun citra yang positif yakni sebagai aplikasi yang dapat membantu menyalurkan donasi dengan kredibel dan praktis. Berdiri sejak 2013, Kitabisacom merupakan salah satu aplikasi donasi *online* yang paling dikenal oleh publik. Tidak sedikit dari kaum milenial yang telah berdonasi di aplikasi Kitabisacom.

Generasi milenial merupakan kelompok yang menjadi subjek penelitian ini. *Millennials* yang dapat juga disebut dengan generasi Y merupakan orang yang lahir pada periode tahun 1980- 2000an, setelah generasi X. *Millennials* juga dianggap spesial sebab mereka sangat berbeda dengan generasi dahulu, terutama dalam segala hal yang bersangkutan dengan teknologi (Kusuma, 2020). Sejak pandemi Covid-19, banyak dari masyarakat termasuk generasi milenial yang memiliki kesadaran untuk berdonasi. Sehingga banyak penggalangan dana maupun donasi yang diadakan. Donasi tersebut ditujukan kepada tenaga medis, pasien Covid-19, maupun pasien lainnya yang sedang mengalami kesulitan ekonomi.

Schiffman dan Kanuk (2007) mengatakan bahwa minat adalah aktivitas psikis yang muncul yang disebabkan pikiran dan perasaan terhadap barang atau jasa yang disukai. (Bimo et al., 2015). Konsumen dapat memiliki minat donasi karena beberapa unsur seperti kredibilitasnya, keamanannya, maupun kepraktisannya. Citra yang tampak dari Kitabisacom telah tertanam di pikiran konsumen dan membentuk pandangannya terhadap aplikasi Kitabisacom. Kaum milenial tentunya memiliki pikiran dan pendapat tersendiri mengenai citra dari aplikasi Kitabisacom. Pikiran tersebut mungkin mempengaruhi minatnya untuk berdonasi melalui aplikasi Kitabisacom.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah citra aplikasi Kitabisacom dapat meningkatkan minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19. Sementara itu, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini apakah citra aplikasi Kitabisacom dapat meningkatkan minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19?

Citra dari suatu perusahaan/organisasi dapat terbagi menjadi beberapa dimensi. Menurut Fill (1999), dimensi citra terbagi menjadi enam bagian (Sumardi et al., 2021), sebagai berikut:

1) *Dynamic*

Perusahaan/organisasi selayaknya dinamis yakni menarik perhatian, aktif, menjadi pelopor, serta fokus pada tujuan. Dimensi dinamis terdiri dari beberapa unsur, yaitu: *Attention-getting, Goal-oriented, Active, Pioneering*.

2) *Cooperative*

Perusahaan/organisasi harus mampu bekerjasama dengan sikap bersahabat, digemari publik, membuat masyarakat senang, serta berhubungan baik dengan masyarakat. *Cooperative* terdiri dari beberapa hal, yakni: *Eager to please, Well-liked, Eager to please, Friendly*.

3) *Business*

Perusahaan/organisasi selayaknya mempunyai karakteristik bisnis yakni bijaksana, cerdas, persuasif, serta terorganisir dengan baik. *Business* terdiri dari beberapa unsur, yaitu: *Shrewd, Persuasive, Wise, dan Well organized*.

4) *Character*

Perusahaan/organisasi selayaknya mempunyai karakter yang juga baik yakni etika yang baik, reputasi baik serta terhormat. *Character* terdiri dari beberapa unsur: *Reputable, Respectable, dan Ethical*.

5) *Successful*

Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang memiliki kinerja keuangan baik serta mempunyai rasa percaya diri. *Successful* terdiri dari beberapa unsur: *Financial performance dan Self-confidence*.

6) *Withdrawn*

Perusahaan selayaknya mampu untuk menahan diri, menjaga rahasia, dan berhati-hati. *Withdrawn* terdiri dari beberapa unsur: *Aloof, Secretive, dan Cautious*.

Gilchrist menuturkan beberapa hal yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang dalam melakukan kegiatan donasi (Triana K, 2020), sebagai berikut:

1) *Attitude*

a. *Attitude Towards Helping Others*

Hal ini menunjukkan kecenderungan perilaku seseorang yang ingin menyejahterakan orang lain dan tidak mementingkan dirinya sendiri (sikap altruisme), sehingga memiliki keinginan untuk membantu sesamanya yang sedang mengalami kesulitan ataupun terkena musibah.

b. *Attitude Towards Charitable Organizations*

Hal ini mengacu pada kecenderungan perilaku seseorang dalam memercayai penggalang donasi atau organisasi/perusahaan non-profit yang menginisiasi penggalangan dana sebelum akhirnya melakukan donasi ke organisasi/perusahaan tersebut.

2) *Norms*

a. *Descriptive Norms*

Hal ini mengacu pada keinginan seseorang untuk melakukan donasi karena dipengaruhi oleh banyaknya orang yang juga melakukan donasi.

b. *Moral Norms*

Hal ini mengacu pada keinginan seseorang untuk melakukan donasi yang dipengaruhi oleh moral yakni membantu orang-orang yang membutuhkan atau mengalami kesulitan finansial.

3) *Behavioral Intention*

Hal ini mengacu pada kecenderungan niat seseorang untuk berperilaku dalam proses memutuskan sesuatu.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sebuah cara ataupun jalan dalam rangka memecahkan segala permasalahan yang diajukan oleh peneliti (Bahry & Zamzam, 2015). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Usman (1996), pendekatan kuantitatif yakni penelitian yang mana terdapat penekanan terhadap analisis data-data numerik ataupun angka-angka yang didapatkan melalui metode statistik. Pendekatan ini juga dilaksanakan pada penelitian inferensial maupun dilakukan untuk pengujian hipotesis. Dengan demikian, dapat diperoleh hasil signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti (Purwanti & Amin, 2016).

Peneliti memilih pendekatan kuantitatif disebabkan oleh penelitian terdahulu yang juga meneliti soal citra menggunakan pendekatan kuantitatif. Citra pun merupakan sebuah gambaran dan kesan yang berbeda di mata publik yang beragam. Dengan demikian, data yang diperoleh akan beragam dengan meneliti sekelompok populasi yang luas dibanding wawancara beberapa orang. Adapun juga alasan lain yakni penulis ingin meneliti variabel (pengaruh citra aplikasi Kitabisacom terhadap minat donasi) terhadap populasi (generasi milenial). Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dari suatu variabel terhadap populasi dapat diperoleh dengan akurat.

Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai metode penelitian. Dengan metode survei, peneliti dapat memperoleh data yang mewakili suatu populasi sesuai dengan kepentingan penelitian dan sudah ditentukan. Syarat yang dapat memenuhi dalam penelitian ini yakni responden yang merupakan *followers* akun Instagram @Kitabisacom serta merupakan generasi milenial. Hal ini berarti bahwa dalam penelitian ini pengambilan sampel dari populasi sebanyak 842.000 pengikut Instagram @Kitabisacom per tanggal 20 September 2021 dilakukan dengan syarat tertentu yakni responden yang merupakan generasi milenial.

Dari hasil perhitungan ukuran sampel, didapatkan sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 orang generasi milenial dari *followers* akun Instagram @Kitabisacom. Karena responden yang ingin diteliti adalah generasi milenial maka teknik yang digunakan untuk menentukan sampel adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Setelah melakukan perhitungan untuk menentukan ukuran sampel, diperoleh 100 sampel generasi milenial dari populasi sebanyak 842.000 pengikut per tanggal 20 September 2021.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan data yang diperoleh dari kuesioner dan diolah sebagai berikut:

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,94900793
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,105
	<i>Positive</i>	,099
	<i>Negative</i>	-,105
<i>Test Statistic</i>		,105
<i>Exact Sig. (2-tailed)</i>		,209
<i>Point Probability</i>		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Setelah melakukan uji normalitas dengan menggunakan bantuan SPSS, peneliti memperoleh hasil sebagai berikut. Berdasarkan tabel 1 di atas, diketahui bahwa nilai *Statistic Kolmogorov-Smirnov* untuk seluruh variabel yakni 0,105 dan memiliki probabilitas signifikansi untuk seluruh variabel yaitu 0,209. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan $0,209 > 0,05$. Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa data dari seluruh variabel dalam penelitian ini normal.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Korelasi
Correlations

		Pengaruh Citra Aplikasi Kitabisacom	Minat Donasi
Pengaruh Citra Aplikasi Kitabisacom	<i>Pearson Correlation</i>	1	,725**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		,000
	<i>N</i>	100	100
Minat Donasi	<i>Pearson Correlation</i>	,725**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	
	<i>N</i>	100	100

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Dari data yang didapatkan melalui uji regresi linear sederhana dan menggunakan aplikasi SPSS didapati hasil sebagai berikut. Berdasarkan pada tabel 2 dari atas, diperoleh bahwa nilai *pearson correlation* dari keseluruhan variabel pengaruh citra aplikasi Kitabisacom (X) dan minat donasi (Y) adalah 0,725. Dengan demikian dapat dinyatakan $0,725 =$ hubungan kuat (korelasi). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa variabel x dan y memiliki hubungan (korelasi) yang kuat.

Dari hasil dari tabel tersebut, didapati bahwa kedua variabel yakni variabel x dan y memiliki hubungan atau korelasi yang kuat. Hal ini berarti citra aplikasi

Kitabisacom memiliki suatu pengaruh terhadap minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19.

Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji T

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji T

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,682	1,786		1,502	,136
	Pengaruh Citra Aplikasi Kitabisacom	,443	,043	,725	10,421	,000

a. Dependent Variable: Minat Donasi

Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Berdasarkan data yang didapatkan dari uji regresi linear sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS didapatkan hasil berikut. Berdasarkan tabel 3 dari atas, persamaan regresi linier sederhana dari variabel pengaruh citra aplikasi Kitabisacom (X) terhadap minat donasi (Y) yang didapatkan dalam penelitian ini tertera dibawah ini:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,682 + 0,443X$$

Nilai 2,682 menunjukkan bahwa nilai minat donasi (Y) akan tetap konstan sebesar 2,682 jika nilai pengaruh citra aplikasi Kitabisacom (X) tidak mengalami perubahan turun ataupun naik. Nilai 0,443 adalah koefisien regresi yang menandakan bahwa setiap terdapat peningkatan suatu nilai atau angka untuk pengaruh citra aplikasi Kitabisacom (X), maka akan ada kenaikan minat donasi (Y) senilai 0,443. Maka dari itu, semakin bertambahnya nilai X, semakin bertambahnya nilai Y. Maka, semakin bertambah baiknya citra aplikasi Kitabisacom akan mempengaruhi minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19.

Selanjutnya, peneliti melakukan uji T dengan hasil berikut. Berdasarkan tabel 3 dari atas, didapatkan hasil uji t untuk variabel pengaruh citra aplikasi Kitabisacom (X) diperoleh t hitung yakni 10,421 dengan signifikan (Sig) sebesar 0,000. Berdasarkan derajat (df) = N-2 = 100-2 = 98, dapat diperoleh t tabel sebesar 1,984. Hal tersebut mengartikan bahwa hasil Sig. yakni 0,000 < 0,05 serta t hitung > t tabel (10,421 > 1,984). Dengan begitu menunjukkan H1 diterima, yaitu adanya pengaruh citra aplikasi Kitabisacom (X) terhadap minat donasi (Y).

4. Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh citra aplikasi Kitabisacom terhadap minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19, maka kesimpulan yang ditarik oleh peneliti diuraikan sebagai berikut: semakin baik citra aplikasi Kitabisacom, maka semakin tinggi juga pengaruhnya terhadap minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19. Hal tersebut dapat terjadi berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana

yang dilakukan pada penelitian ini. Nilai 0,443 merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa setiap ada penambahan suatu nilai atau angka untuk pengaruh citra aplikasi Kitabisacom (X), maka akan ada kenaikan minat donasi (Y) senilai 0,443. Dengan demikian, semakin bertambahnya nilai X akan mempengaruhi nilai Y. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa citra aplikasi Kitabisacom memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19.

H1 yang berbunyi “Terdapat pengaruh citra aplikasi Kitabisacom terhadap minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19” dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut disebabkan oleh hasil uji T yang memiliki signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menandakan bahwa minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19 mendapatkan pengaruh yang signifikan dari citra aplikasi Kitabisacom. Hal ini berarti citra aplikasi Kitabisacom memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat donasi generasi milenial di masa pandemic Covid-19.

Selain itu, hasil uji koefisien korelasi juga menunjukkan bahwa hubungan antara citra aplikasi Kitabisacom terhadap minat donasi generasi milenial di masa pandemi Covid-19 kuat. Hal tersebut dibuktikan dari nilai *pearson correlation* dari keseluruhan variabel pengaruh citra aplikasi Kitabisacom (X) dan minat donasi (Y) adalah 0,725. Maka dapat dinyatakan $0,725 =$ hubungan kuat (korelasi) menurut interval korelasi. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa minat generasi milenial untuk berdonasi di aplikasi Kitabisacom sangat berhubungan dengan citra yang dimiliki dan dibangun oleh aplikasi Kitabisacom.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta semua pihak yang turut membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Bahri, Syamsul dan Zamzam, Fakhry. 2015. *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bimo, Gagah., Putra, S., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT.Selecta, Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 26(2)*.
- Kusuma, Denny. (2020). Pusat Kegiatan Kaum Millennial. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa), 1(2), 1117*.
<https://doi.org/10.24912/STUPA.V1I2.4379>
- Lita Febriani. (2020, December 7). *Riset GoPay: Donasi Digital Naik 72 Persen Selama Pandemi* - [Tribunnews.com](https://www.tribunnews.com). 1–3.
<https://www.tribunnews.com/techno/2020/12/07/riset-gopay-donasi-digital-naik-72-persen-selama-pandemi>
- Purwanti, Nanda., & Amin, A. (2016). Kepatuhan Ditinjau dari Kepribadian Ekstrovert-Introvert. *Jurnal Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan, 3*, 87–93.
<https://www.jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/ILMU-PSIKOLOGI/article/view/844>
- Savitri, S. Aprillia., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra, Kredibilitas dan

- Kemampuan Komunikasi Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make-Up Maybelline (Studi Kasus Tasya Farasya). *Prologia*, 3(1), 267. <https://doi.org/10.24912/PR.V3I1.6250>
- Sumardi, A. Putra., Priowidodo, G., & Tjahjo, J. D. W. (2021). Citra Pemerintah Kota Surabaya Pasca Surabaya Menjadi Zona Merah COVID-19 Di Mata Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2). <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11522>
- Triana K, Kurniawan. (2020). *Pengaruh Social Media Influencer Rachel Vennya terhadap Minat Donasi Followers Instagram @rachelvennya*. <https://kc.umh.ac.id/14143/>