



Analisis Komparatif Strategi Komunikasi Krisis pada Platform Crowdfunding di Indonesia

Dara Puspita Sari

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, Jakarta, Jl. K.H. Mas Mansyur No.Kav. 35, RT.12/RW.11, Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10220, Indonesia

Email: 25072220069@lspr.edu

Article Info

Submitted:
31 October 2025

Accepted:
23 December 2025

Published:
29 December 2025

DOI:



Vol. 13 (No. 2), 2025

Hal 222 - 238

ABSTRACT

The rapid growth of digital philanthropy in Indonesia through crowdfunding platforms has transformed public participation in donation activities, while simultaneously increasing reputational risks related to transparency issues and potential misuse of funds by third parties. Although previous studies have extensively examined donor behavior, platform technology, and trust formation, research on reputation crisis management in crowdfunding platforms remains limited. Therefore, this study aims to analyze the crisis communication strategies implemented by Kitabisa in responding to reputational issues. This research employs a qualitative approach using a comparative case study method focusing on two incidents: the misunderstanding of donation distribution that went viral through the X account @deddyhuang_ (2023) and the alleged misuse of donations by Singgih Sahara (2024). The analysis is guided by Situational Crisis Communication Theory (SCCT), particularly the Crisis Reputation Interventions Continuum. Data were collected through in-depth interviews, digital media observation, and document analysis, and were analyzed using thematic analysis techniques. The findings reveal that Kitabisa adapts its crisis communication strategies situationally, ranging from diminish to rebuild strategies, depending on the level of public responsibility attribution and the severity of reputational threats. This study concludes that crisis communication in digital philanthropy platforms functions not merely as a technical response, but as a strategic reputational intervention to maintain public trust and institutional legitimacy.

Keywords: Crowdfunding; Crisis Communication; Reputation

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan filantropi digital di Indonesia melalui platform *crowdfunding* telah mengubah pola partisipasi publik dalam kegiatan donasi, sekaligus meningkatkan risiko reputasi yang berkaitan dengan isu transparansi dan potensi penyalahgunaan dana oleh pihak ketiga. Meskipun penelitian sebelumnya telah banyak membahas perilaku donatur, teknologi platform, dan pembentukan kepercayaan, kajian mengenai pengelolaan krisis reputasi pada platform *crowdfunding* masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis yang diterapkan Kitabisa dalam merespons isu reputasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus komparatif terhadap dua peristiwa, yaitu kesalahpahaman penyaluran donasi yang diviralkan oleh akun X

@deddyhuang_ (2023) dan dugaan penyalahgunaan donasi oleh Singgih Sahara (2024). Kerangka analisis yang digunakan adalah *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), khususnya konsep *Crisis Reputation Interventions Continuum*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi media digital, dan analisis dokumen, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kitabisa menyesuaikan strategi komunikasi krisis secara situasional, mulai dari strategi *diminish* hingga *rebuild*, bergantung pada tingkat atribusi tanggung jawab publik dan ancaman reputasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi krisis pada platform filantropi digital berperan sebagai intervensi reputasi strategis untuk menjaga kepercayaan publik dan legitimasi institusional.

Kata Kunci: *Crowdfunding*; Komunikasi Krisis; Reputasi

PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena pesatnya pertumbuhan filantropi digital di Indonesia dalam satu dekade terakhir, seiring meningkatnya penggunaan platform crowdfunding sebagai medium partisipasi publik dalam kegiatan sosial. Digitalisasi telah mengubah pola berdonasi menjadi lebih cepat, mudah, dan transparan, sekaligus memperluas jangkauan solidaritas sosial lintas wilayah. Dalam konteks ini, Kitabisa, yang berdiri sejak 2013, berkembang menjadi platform crowdfunding berbasis donasi terbesar di Indonesia (GoPay & Kopernik, 2020). Posisi dominan tersebut menempatkan Kitabisa tidak hanya sebagai fasilitator teknis penggalangan dana, tetapi juga sebagai aktor sentral yang memikul tanggung jawab reputasional dalam menjaga kepercayaan publik terhadap praktik filantropi berbasis teknologi.

Dalam ekosistem filantropi digital, kepercayaan (*trust*) menjadi pondasi utama. Thorpe (2013) menegaskan bahwa keberhasilan *crowdfunding* bertumpu pada hubungan yang dibangun di atas kepercayaan. Hal ini sejalan dengan pandangan Abidin dari PIRAC (2025) yang menekankan bahwa lembaga penggalangan dana harus menjaga integritas dan transparansi untuk menopang budaya kedermawanan yang berkelanjutan. Karena itu, setiap isu yang mempertanyakan kejelasan penggunaan dana, akurasi informasi, atau kredibilitas penggalang dana berpotensi langsung mengganggu legitimasi platform serta partisipasi publik.

Sebagai platform terbuka dengan basis pengguna yang luas, Kitabisa menghadapi berbagai tantangan isu dan krisis, khususnya yang berkaitan dengan transparansi dan potensi penyalahgunaan dana oleh pihak ketiga. Hasil observasi awal peneliti terhadap media sosial dan pemberitaan daring menunjukkan bahwa dinamika krisis di platform filantropi digital kerap dipicu oleh unggahan individu di ruang publik digital. Salah satu contoh adalah kasus dugaan penyalahgunaan donasi yang diviralkan oleh akun X @deddyhuang_ pada 2023. Unggahan tersebut ditonton lebih dari tiga juta kali dalam waktu kurang dari 24 jam dan memicu komentar negatif yang mempertanyakan kredibilitas Kitabisa dalam memverifikasi serta mengawasi penggalangan dana. Respon publik terbelah antara simpati terhadap penerima manfaat dan keraguan terhadap transparansi mekanisme platform.

Kasus lain muncul pada 2024 melalui dugaan penyalahgunaan donasi oleh Singgih Sahara, yang awalnya dipicu oleh kecurigaan akun @zoelfick terhadap validitas klaim kampanye donasi yang dilakukan komika asal Semarang tersebut. Berbeda dengan kasus @deddyhuang_ yang berkembang sepenuhnya di media sosial, isu Singgih mengalami eskalasi ke media arus utama dan dimuat dalam pemberitaan nasional seperti Kompas satu hari setelah @zoelfick mengunggah bahwa adanya temuan galang dana Singgih di platform Kitabisa. Temuan observasional tersebut diperkuat oleh wawancara dengan Fara Devana (*PR Manager*) dan Tarry Pratiwi (*Head of Operations*), yang menyebutkan bahwa kasus viral @deddyhuang_ (2023) dan kasus Singgih (2024) merupakan dua isu yang paling relevan dan menantang bagi manajemen reputasi Kitabisa dalam beberapa tahun terakhir. Lebih lanjutnya pada tabel 1, peneliti merangkum temuan penjelasan singkat isu, sumber awal penyebaran, eskalasi ke media arus utama, serta kecenderungan sentimen publik terhadap Kitabisa pada masing-masing kasus sebagai dasar pemilihan studi kasus dan analisis lanjutan.

Tabel 1. Temuan Observasi Awal Dua Studi Kasus Krisis Kitabisa

	Kasus Viral akun X @deddyhuang_ (2023)	Kasus Dugaan Penyalahgunaan Donasi Singgih Sahara (2024)
Deskripsi Kasus	Akun X @deddyhuang_ mengutip unggahan dari akun TikTok yang mengaku diminta menandatangani persetujuan penggalangan dana yang kemudian dihimpun melalui platform Kitabisa. Dalam unggahan tersebut disebutkan bahwa dana yang berhasil terkumpul mencapai sekitar Rp 40 juta, namun pihak penerima hanya menerima Rp 1,5 juta untuk menebus obat, sementara sisa dana tidak dijelaskan penggunaannya. Unggahan ini kemudian memunculkan dugaan awal adanya kesalahpahaman penyaluran donasi dan persepsi potensi penyalahgunaan dana oleh pihak penggalang.	Singgih Sahara merupakan komika asal Semarang yang sejak sekitar tahun 2022 melakukan praktik penggalangan dana secara personal di luar platform resmi Kitabisa (<i>cyber-begging</i>) melalui unggahan media sosial untuk kebutuhan medis ibunya dan anaknya. Meskipun tidak seluruh penggalangan dana dilakukan melalui Kitabisa, perhatian publik meningkat setelah muncul unggahan viral yang mempertanyakan kejelasan penggunaan dana dan validitas klaim kebutuhan medis.
Sumber Awal Isu	Unggahan akun TikTok yang mengaku sebagai kerabat penerima donasi, kemudian disebarluaskan oleh akun X @deddyhuang_ pada 25 Desember 2023. Jangkauan unggahan @deddyhuang_ mencapai lebih dari 3 juta views dalam waktu kurang dari 24 jam.	Unggahan akun X @zoelfick pada 19 Maret 2024 yang menyampaikan kecurigaan terhadap dugaan penyalahgunaan dana dan ketidakjelasan laporan penggunaan donasi.
Eskalasi Isu di Media Arus Utama	Tidak mengalami eskalasi ke media arus utama. Isu berkembang sepenuhnya di media sosial X.	Mengalami eskalasi signifikan ke media arus utama. Tercatat sedikitnya 32 artikel pemberitaan di media nasional dan

		daring, termasuk <i>top tier</i> . 53% dari jumlah artikel muncul 1 hari setelah isu awal tersebar.
Sentimen Publik terhadap Kitabisa	Sentimen publik terbagi. Sebagian pengguna media sosial menunjukkan simpati kepada penerima manfaat, sementara sebagian lain mulai mempertanyakan mekanisme verifikasi dan pengawasan penggalangan dana oleh Kitabisa.	Sentimen publik cenderung kritis, namun lebih dominan ditujukan kepada pelaku untuk klarifikasi segera.

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Perbedaan pola eskalasi tersebut menunjukkan bahwa krisis tidak selalu menuntut respon yang sama. Dalam kerangka *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), komunikasi krisis dipahami sebagai upaya mengelola informasi sekaligus memaknai krisis bagi publik. Perkembangan mutakhir SCCT menempatkan strategi respons krisis dalam sebuah *Crisis Reputation Interventions Continuum* yang bergerak dari pendekatan defensif hingga akomodatif. Kontinuum ini menegaskan bahwa strategi komunikasi krisis harus dipilih secara situasional berdasarkan tingkat tanggung jawab yang dilekatkan publik kepada organisasi dan besarnya ancaman reputasi yang muncul. Dengan demikian, semakin tinggi atribusi publik dan risiko reputasi, semakin akomodatif strategi komunikasi yang perlu diterapkan organisasi (Tachkova & Coombs, 2022).

Tinjauan literatur dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan filantropi digital sangat ditentukan oleh faktor transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan publik. Ardiansyah (2021), Nur Azizah et al. (2021), serta Salsabila dan Hasbi (2021) menegaskan bahwa transparansi dan citra merek berperan signifikan dalam membentuk keputusan donasi daring. Studi lain menyoroti dimensi struktural dan kontekstual, seperti peran teknologi *crowdfunding* (Sunjaya et al., 2022), regulasi fintech (Saputri & Amina, 2022), serta pengaruh *influencer* dan komunitas digital dalam kampanye donasi (Sespiani et al., 2021).

Sejumlah penelitian juga mulai mengkaji isu krisis reputasi dan penyalahgunaan dana pada platform crowdfunding (Pradana, 2022; Ciek Julyati Hisyam et al., 2024), namun umumnya berfokus pada strategi klarifikasi digital atau deskripsi kasus secara terpisah. Di sisi lain, kajian komunikasi krisis berbasis SCCT di Indonesia masih didominasi oleh konteks korporasi dan lembaga publik, seperti pada kasus Pertamina

yang menekankan *moral outrage*, *sticky crisis*, dan komunikasi empatik (Jayanto; Rachmawati, 2023; Zuhdi & Ayuningtyas, 2024).

Analisis kesenjangan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar studi terdahulu masih berfokus pada aspek transparansi, kepercayaan, atau deskripsi kasus secara terpisah, dan belum secara komparatif mengkaji variasi strategi komunikasi krisis berdasarkan perbedaan tingkat atribusi tanggung jawab publik pada platform filantropi digital. Alasan penelitian ini didasarkan pada pentingnya memahami bagaimana platform filantropi digital seperti Kitabisa mengelola komunikasi krisis secara strategis untuk menjaga kepercayaan publik dan legitimasi institusional di tengah dinamika moral dan emosi publik yang berkembang di ruang digital.

Berbeda dari penelitian-penelitian tersebut, studi ini menghadirkan kebaruan dengan mengintegrasikan kerangka Crisis Reputation Interventions Continuum dalam SCCT untuk menganalisis secara komparatif dua krisis filantropi digital dengan karakter berbeda, krisis berbasis mispersepsi viral dan krisis dugaan pelanggaran etis, serta memadukan data observasi digital dan wawancara manajerial. Belum ada penelitian yang menelaah secara komparatif bagaimana Kitabisa merespon dua jenis krisis dengan karakteristik atribusi publik yang berbeda dan bagaimana strategi komunikasi tersebut selaras dengan kerangka teoritis seperti Situational Crisis Communication Theory (SCCT) dari Coombs (2022). Dengan demikian, penelitian ini memperluas penerapan SCCT ke konteks platform filantropi digital dan menawarkan pemahaman baru mengenai bagaimana organisasi sosial berbasis teknologi mengelola isu di tengah dinamika moral dan emosi publik.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis secara komparatif strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Kitabisa dalam merespons dua krisis filantropi digital dengan karakteristik atribusi publik yang berbeda, yaitu krisis berbasis mispersepsi viral dan krisis dugaan pelanggaran etis, dengan menggunakan kerangka *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berangkat dari fenomena krisis reputasi yang semakin sering terjadi dalam praktik filantropi digital, terutama ketika isu berkembang cepat melalui

media sosial dan membentuk opini publik. Kitabisa dipilih sebagai fokus penelitian karena posisinya sebagai platform *crowdfunding* dengan tingkat kepercayaan publik yang tinggi, sekaligus pernah menghadapi krisis digital dengan karakter yang berbeda. Krisis tersebut tidak hanya berkaitan dengan persoalan teknis, tetapi juga terbentuk melalui persepsi, interpretasi, dan respons publik di ruang digital. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme-interpretatif yang memandang krisis sebagai hasil konstruksi makna melalui proses komunikasi. Paradigma ini dipilih karena penelitian berfokus pada bagaimana Kitabisa membentuk, menegosiasikan, dan merespons makna krisis dalam situasi yang berkembang secara dinamis di media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak bisa diperoleh melalui analisis statistik atau kuantifikasi lainnya (Kussanti, 2025). Dengan desain studi kasus komparatif untuk membandingkan strategi komunikasi krisis Kitabisa dalam dua peristiwa berbeda, yaitu kasus viral akun X @deddyhuang_ pada 2023 dan dugaan penyalahgunaan dana oleh Singgih Sahara pada 2024. Kedua kasus dipilih karena menunjukkan perbedaan tingkat atribusi tanggung jawab publik terhadap organisasi. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Khusus pada penelitian kualitatif data primer yang dikumpulkan diperoleh dari objek manusia yang memiliki akal karena melakukan proses kognitif terhadap data yang diberikan (Safitri, 2025). Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan dua informan kunci, yaitu *PR Manager dan Head of Operations* Kitabisa.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan observasi daring terhadap percakapan publik di media sosial. Teknik ini digunakan untuk menangkap dinamika isu dari sudut pandang organisasi, media, dan publik. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik komparatif dengan mengikuti tahapan Braun dan Clarke, mulai dari membaca keseluruhan data, melakukan pengodean, hingga merumuskan tema-tema utama yang dikaitkan dengan kerangka *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi krisis yang diterapkan Kitabisa dalam merespon kasus viral akun X @deddyhuang_ (2023) dan penyalahgunaan donasi oleh Singgih Sahara (2024) menunjukkan penerapan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) secara situasional. Berdasarkan wawancara mendalam dengan manajemen komunikasi dan operasional serta observasi terhadap pemberitaan media daring dan percakapan di media sosial, penelitian ini mengidentifikasi bahwa Kitabisa mengimplementasikan berbagai strategi respon krisis yang bergerak dalam spektrum *Crisis Reputation Interventions Continuum*, mulai dari pendekatan defensif dengan tingkat akomodasi rendah hingga strategi akomodatif yang berorientasi pada pemulihan reputasi. Temuan tersebut dirangkum dalam tabel 2 untuk memperlihatkan perbedaan bentuk respon serta bukti implementasinya pada masing-masing studi kasus.

Tabel 2. Analisis Strategi Respon Krisis Kitabisa Berdasarkan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT)

Strategi Respons SCCT	Deskripsi Strategi	Kasus Viral X @deddyhuang_ (2023)		Kasus Singgih Sahara (2024)	
		Implementasi	Kutipan Wawancara	Implementasi	Kutipan Wawancara
Denial (<i>Denial, Attack the Accuser, Scapegoating</i>)	Strategi paling defensif dengan tingkat akomodasi terendah; menolak keterkaitan organisasi dengan krisis atau menyalahkan pihak lain.	Tidak digunakan. Organisasi tidak menyangkal isu maupun menyerang akun penyebar awal.	“Kami tidak mengambil pendekatan penyangkalan atau menyerang pihak yang menyampaikan keluhan, karena itu justru bisa memperbesar krisis.” Wawancara Peneliti dengan PR Manager, 2025	Tidak digunakan meskipun isu dipicu oleh penggalang dana individu.	“Kami tidak memposisikan diri dengan menyalahkan pihak luar, meskipun pelanggaran dilakukan oleh individu di luar platform.” Wawancara Peneliti dengan PR Manager, 2025

Diminish Excuse	– Mengurangi atribusi tanggung jawab dengan menegaskan bahwa krisis tidak disengaja atau berada di luar kendali organisasi.	Digunakan secara implisit dengan menegaskan bahwa isu merupakan kesalahpahaman penyaluran donasi.	“Dari hasil pengecekan operasional, tidak ditemukan penyalahgunaan dana. Yang terjadi adalah kesalahpahaman dalam penyaluran.” Wawancara Peneliti dengan Head of Operations, 2025	Tidak digunakan sebagai strategi utama.	“Dalam kasus ini, ada temuan yang tidak bisa dijelaskan sebagai kesalahpahaman operasional.” Wawancara Peneliti dengan PR Manager, 2025
Diminish Justification	– Mengakui adanya isu tetapi menekankan bahwa dampaknya tidak sebesar persepsi publik.	Digunakan melalui klarifikasi untuk menurunkan eskalasi sentimen negatif.	“Klarifikasi segera dilakukan agar persepsi publik tidak berkembang berdasarkan potongan informasi.” Wawancara Peneliti dengan PR Manager, 2025	Tidak digunakan karena isu telah memperoleh legitimasi media.	“Saat isu sudah masuk ke pemberitaan media nasional, pendekatan justifikasi tidak cukup. Yang kami fokuskan lebih ke edukasi donatur dan evaluasi dari sisi operasional.” Wawancara Peneliti dengan PR Manager, 2025
Rebuild Compensation	– Strategi akomodatif melalui pemberian kompensasi atau ganti rugi kepada pihak terdampak.	Tidak digunakan karena tidak ditemukan kerugian donatur.	“Tidak ada skema kompensasi karena dana tersalurkan sesuai ketentuan.” Wawancara Peneliti dengan Head of Operations, 2025	Digunakan melalui opsi refund donasi.	“Kami membuka opsi pengembalian donasi sebagai bentuk perlindungan terhadap donatur.” Wawancara Peneliti dengan Head of Operations, 2025
Rebuild Apology	– Strategi paling akomodatif dengan pengakuan tanggung jawab dan ekspresi penyesalan.	Tidak digunakan karena atribusi publik relatif rendah dan tidak ada pelanggaran sistemik.	“Fokus kami adalah klarifikasi dan empati.” Wawancara Peneliti dengan PR Manager, 2025	Digunakan secara implisit melalui narasi tanggung jawab dan komitmen perbaikan sistem.	“Kami menyampaikan tanggung jawab moral dan komitmen perbaikan agar kejadian serupa tidak terulang.” Wawancara Peneliti dengan PR Manager, 2025

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Dalam *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), atribusi tanggung jawab merujuk pada sejauh mana publik menilai organisasi sebagai pihak yang bertanggung jawab atas terjadinya krisis. Coombs (2015; 2022) mengklasifikasikan krisis ke dalam tiga tipe utama, yaitu *victim*, *accidental*, dan *preventable*, yang masing-masing menghasilkan tingkat atribusi tanggung jawab dan ancaman reputasi yang berbeda. *Victim crisis* menggambarkan situasi di mana baik organisasi maupun pemangku kepentingan sama-sama menjadi korban, sehingga menghasilkan atribusi tanggung jawab yang lemah dan ancaman reputasi yang relatif rendah. *Accidental crisis* muncul akibat tindakan tidak disengaja dari organisasi, seperti kesalahan teknis atau kegagalan sistem, yang menimbulkan atribusi tanggung jawab minimal hingga moderat karena krisis dipersepsikan tidak dilakukan secara sengaja. Sementara itu, *preventable crisis* mencakup krisis yang melibatkan tindakan salah yang disengaja atau kelalaian serius dari organisasi, sehingga memunculkan atribusi tanggung jawab tertinggi dan ancaman reputasi paling besar. Penentuan tingkat atribusi ini dipengaruhi oleh sumber krisis, bukti faktual yang tersedia, legitimasi media, serta persepsi publik terhadap kontrol dan niat organisasi dalam mencegah maupun menangani krisis tersebut (Coombs & Holladay, 2002; Tachkova & Coombs, 2022).

Hal tersebut tercermin dalam praktik Kitabisa, di mana penilaian awal terhadap level atribusi dilakukan melalui verifikasi internal, jumlah laporan publik, dan pola eskalasi isu. Sebagaimana disampaikan Head of Operations Kitabisa, tim akan melihat dulu apakah isu ini murni kesalahpahaman atau ada indikasi pelanggaran yang berdampak langsung ke donatur. Sementara PR Manager Kitabisa menambahkan bahwa perhatian media dan sentimen publik menjadi indikator penting dalam menentukan tingkat respon yang perlu diambil.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini menemukan bahwa atribusi tanggung jawab pada kasus viral akun X @deddyhuang_ (2023) berada pada tingkat rendah hingga moderat, sedangkan pada kasus Singgih Sahara (2023–2024) atribusi publik terhadap Kitabisa berada pada tingkat tinggi. Pada kasus @deddyhuang_, Head of Operations menyampaikan hasil verifikasi internal yang menunjukkan tidak adanya penyalahgunaan dana, sehingga kasus ini masuk kategori *miscommunication*.

Sebaliknya, pada kasus Singgih, eskalasi isu ke media arus utama dan masuknya 11 laporan publik memperkuat persepsi bahwa platform memiliki tanggung jawab sistemik. PR Manager menyatakan bahwa ketika isu sudah diangkat media nasional dan ada laporan masuk, ekspektasi publik terhadap tanggung jawab platform menjadi jauh lebih tinggi.

Sejalan dengan atribusi yang relatif rendah pada kasus @deddyhuang_, Kitabisa menerapkan strategi *diminish*, khususnya dalam bentuk *excuse* dan *justification*. Organisasi menekankan bahwa isu tersebut dan tidak mencerminkan kegagalan sistemik, serta segera melakukan klarifikasi untuk menurunkan eskalasi persepsi negatif. Klarifikasi dilakukan melalui kanal tempat isu berkembang, yakni Twitter/X, dengan memfasilitasi dialog langsung antara pihak-pihak terkait. Pendekatan ini selaras dengan prinsip SCCT bahwa pada krisis dengan atribusi rendah, strategi *diminish* dapat digunakan untuk mengoreksi mispersepsi publik tanpa meningkatkan ekspektasi tanggung jawab organisasi (Coombs, 2022).

Sebaliknya, tingginya atribusi tanggung jawab pada kasus Singgih mendorong Kitabisa untuk mengambil strategi *rebuild* melalui *compensation* dan narasi tanggung jawab terhadap penanganan isu. Organisasi menutup galang dana, memasukkan penggalang dana ke daftar hitam, serta membuka opsi pengembalian donasi melalui kebijakan garansi donasi. Selain itu, komunikasi publik dilakukan selain di platform utama sumber isu tersebar, Kitabisa juga lakukan melalui media arus utama dan kanal berotoritas tinggi untuk menyampaikan penjelasan komprehensif mengenai proses verifikasi dan langkah perbaikan. Pada tabel 3 berikut merupakan gambaran komunikasi Kitabisa dalam penanganan krisis pada kedua studi kasus.

Tabel 3. Strategi Komunikasi Kitabisa dalam Penanganan Studi Kasus

Studi Kasus	Platform	Link	Tanggal Publikasi	Keterangan	Inti Pesan
-------------	----------	------	-------------------	------------	------------

Kasus Viral akun X @deddyhuang_ (2023)	Media sosial X	https://x.com/kitabisa.com/status/1739225730385674600?s=20	25 Desember 2023	Repost unggahan akun @deddyhuang_ disertai pernyataan resmi Kitabisa terkait penyelesaian isu yang berkembang.	Klarifikasi bahwa tidak ditemukan penyalahgunaan dana, penjelasan singkat hasil verifikasi internal, serta penegasan bahwa isu telah diselesaikan melalui komunikasi dengan pihak terkait.
Kasus Dugaan Penyalahgunaan Donasi Singgih Sahara (2024)	Media sosial X	https://x.com/kitabisa.com/status/1770073313781698958?s=20	19 Maret 2024	Repost unggahan akun @zoelfick yang memuat pembaruan perkembangan kasus, disertai pernyataan singkat dari Kitabisa.	Penegasan bahwa Kitabisa sedang melakukan penelusuran dan tindak lanjut atas isu yang beredar, serta komitmen untuk menyampaikan perkembangan secara transparan.
	Media	https://www.kompas.com/tren/read/2024/03/20/161807565/dugaan-penipuan-donasi-kitabisa-warganet-sebut-nilanya-rp-250-juta?page=all	20 Maret 2024	Pernyataan resmi Kitabisa kepada media nasional terkait langkah penanganan kasus Singgih Sahara.	Penjelasan tindakan korektif yang telah dilakukan, termasuk penutupan kampanye, proses verifikasi, dan opsi pengembalian donasi kepada donatur.
	Podcast (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=Xz8tcYE4Wg	28 Maret 2024	Wawancara di kanal podcast yang membahas kasus sekaligus memberikan edukasi mengenai sistem dan mekanisme di Kitabisa.	Penjelasan komprehensif mengenai cara kerja platform, tanggung jawab Kitabisa, serta upaya menjaga transparansi dan kepercayaan publik pasca krisis.

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Strategi ini menunjukkan upaya pemulihan kepercayaan publik jangka panjang dan sejalan dengan SCCT yang menekankan bahwa semakin tinggi atribusi publik dan ancaman reputasi, semakin akomodatif strategi komunikasi yang perlu diambil organisasi.

Pembahasan

Penanganan krisis pada kasus Singgih Sahara (2024) dan kasus viral @deddyhuang_ (2023) menunjukkan bahwa Kitabisa menerapkan prinsip SCCT secara adaptif sesuai karakter isu dan dinamika digital. Wawancara dengan dua narasumber mengungkap bahwa kasus Singgih dikategorikan sebagai isu berintensitas tinggi karena diperkuat oleh laporan publik, keterlibatan figur publik, dan pemberitaan media arus utama. Sementara itu, kasus yang disebar oleh @deddyhuang_ merupakan krisis dengan intensitas lebih rendah, karena tidak ditemukan unsur penyalahgunaan dana dan viralitasnya murni didorong oleh konten emosional yang menimbulkan miskomunikasi. Dalam dua konteks berbeda tersebut, Kitabisa menegakkan prinsip kecepatan respon, transparansi, dan tindakan korektif berbasis verifikasi faktual sebagai fondasi komunikasi krisis.

Perbedaan tipologi krisis dalam dua kasus didorong oleh sumber isu, kanal penyebaran, dan konteks sosial yang melingkupinya. Pada kasus Singgih, narasumber menjelaskan bahwa kombinasi antara tingginya laporan publik, dugaan penyalahgunaan dana, dan keterlibatan figur terkenal mempercepat eskalasi isu karena memperkuat persepsi publik tentang adanya pelanggaran serius. Sementara itu, pada kasus @deddyhuang_, video TikTok yang emosional dan cepat tersebar di Twitter (X) menjadi pemicu utama mispersepsi, tetapi tidak berkembang menjadi krisis besar karena akar persoalan adalah miskomunikasi, bukan *fraud*. Pola penyebaran unggahan konten digital membuat isu tumbuh cepat, tetapi juga dapat cepat diredam apabila klarifikasi dilakukan segera dan langsung menjangkau audiens yang terlibat.

Perbedaan karakter krisis tersebut berimplikasi langsung terhadap pemilihan strategi komunikasi Kitabisa. Pada kasus Singgih, intensitas isu yang tinggi dan kebutuhan publik akan informasi komprehensif menuntut Kitabisa untuk menerapkan strategi *rebuilding*, termasuk tindakan korektif seperti penutupan kampanye, *blacklist*, verifikasi lapangan, serta opsi *refund*. Kanal berotoritas seperti media arus utama dan *long-form interview* dalam format podcast digunakan untuk memulihkan kepercayaan. Sebaliknya, kasus @deddyhuang_ menuntut strategi *instructing* dan *bolstering* dengan fokus pada klarifikasi cepat dan kolaborasi dengan penyebar awal agar mispersepsi tidak berkembang menjadi opini negatif kolektif. Temuan ini menunjukkan bahwa

kecepatan dan ketepatan kanal merupakan determinan utama efektivitas komunikasi krisis di era digital.

Temuan penelitian ini memperluas pemahaman tentang penerapan SCCT dalam konteks platform filantropi digital. Sejalan dengan Coombs (2015), Kitabisa menunjukkan bahwa tingkat risiko reputasi berkaitan erat dengan atribusi publik dan legitimasi isu. Namun, penelitian ini menambahkan bahwa dalam ekosistem digital berbasis solidaritas, *moral judgement* dan persepsi integritas turut membentuk dinamika krisis. Di mana temuan tersebut belum banyak disoroti dalam studi SCCT tradisional. Prinsip *speed, honesty, and empathy* yang ditegaskan Kriyantono (2018) tercermin dalam respon Kitabisa, sementara penelitian Salsabila & Hasbi (2021) serta Iznayah et al. (2024) tentang pentingnya transparansi diperluas dalam penelitian ini dengan menunjukkan peran transparansi dalam *trust recovery*, bukan hanya dalam penguatan niat berdonasi. Dengan demikian, studi ini tidak hanya mengkonfirmasi literatur sebelumnya, tetapi juga memperkaya konteks teoritis dengan contoh penerapan pada sektor *crowdfunding* digital.

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa rekomendasi strategis. Secara konseptual, diperlukan perluasan SCCT dengan memasukkan dimensi *digital engagement* dan mekanisme pemulihan kepercayaan untuk konteks organisasi berbasis platform. Secara kebijakan, regulator dapat merumuskan pedoman komunikasi krisis bagi platform filantropi digital guna meningkatkan akuntabilitas sektor ini. Dari sisi praktik organisasi, Kitabisa dapat memperkuat protokol pra-krisis melalui integrasi *social listening* lintas kanal dan kolaborasi publik sebagai bagian dari upaya menjaga legitimasi jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual, metodologis, dan praktis bagi pengembangan ekosistem filantropi digital di Indonesia.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kitabisa menerapkan strategi komunikasi krisis yang bersifat situasional dengan menyesuaikan tingkat atribusi tanggung jawab publik terhadap organisasi. Pada kasus dugaan penyalahgunaan donasi oleh Singgih Sahara, yang memperoleh legitimasi kuat melalui pemberitaan media arus utama dan

laporan publik, Kitabisa menghadapi atribusi tanggung jawab yang tinggi. Kondisi tersebut mendorong penerapan strategi rebuilding melalui tindakan korektif substantif, seperti penutupan kampanye, blacklist penggalang dana, serta pemberian opsi pengembalian donasi kepada donatur. Sebaliknya, pada kasus viral akun X @deddyhuang_, yang bersifat miskomunikasi dan berkembang terutama di ruang media sosial, atribusi publik terhadap Kitabisa berada pada tingkat rendah hingga moderat. Oleh karena itu, organisasi lebih menekankan strategi instructing dan bolstering melalui klarifikasi cepat, dialog terbuka, dan kolaborasi dengan pihak penyebar awal isu. Temuan ini menegaskan bahwa kecepatan respon, transparansi informasi, serta verifikasi faktual menjadi faktor kunci dalam meredam eskalasi krisis reputasi di ekosistem filantropi digital.

Secara konseptual, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas penerapan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) pada konteks platform crowdfunding digital, khususnya dalam sektor filantropi berbasis solidaritas sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selain atribusi tanggung jawab dan legitimasi media, dimensi moral judgement, persepsi integritas, serta ekspektasi etis publik turut memengaruhi dinamika krisis dan pemilihan strategi komunikasi. Dari sisi metodologis, penggunaan studi kasus kualitatif komparatif memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai variasi respon organisasi terhadap krisis dengan karakter berbeda. Penelitian ini juga menegaskan bahwa komunikasi krisis pada platform digital tidak hanya berfungsi sebagai respons reaktif, tetapi sebagai intervensi reputasi strategis untuk menjaga kepercayaan publik dan legitimasi institusional dalam jangka panjang.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang dapat menjadi peluang bagi penelitian selanjutnya. Pertama, fokus penelitian terbatas pada dua studi kasus dalam satu *platform crowdfunding*, sehingga temuan belum dapat digeneralisasi ke seluruh ekosistem filantropi digital di Indonesia. Kedua, penelitian ini belum secara kuantitatif mengukur perubahan tingkat kepercayaan publik pasca krisis, sehingga dampak jangka panjang strategi komunikasi belum terpetakan secara empiris. Oleh karena itu, penelitian mendatang disarankan untuk melibatkan lebih banyak platform, mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, serta mengeksplorasi peran regulasi dan teknologi social listening dalam sistem deteksi dini krisis. Dengan

demikian, pengembangan kajian komunikasi krisis di ranah filantropi digital dapat dilakukan secara lebih komprehensif dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Ardiansyah, M. (2021). *Transparansi dan akuntabilitas dalam distribusi dana zakat online di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 5(2), 101–116.
- Arnes, R. (2022). *Digitalisasi filantropi dan perubahan perilaku masyarakat urban Indonesia*. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 14(1), 45–60.
- Ciek Julyati Hisyam, C., Nurul, S., & Prasetya, H. (2024). *Analisis kasus penyalahgunaan dana dan krisis reputasi pada platform crowdfunding di Indonesia*. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 12(1), 77–93.
- Coombs, W. T. (2015). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (4th ed.)*. Sage Publications.
- Denzin, N. K. (2012). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods (4th ed.)*. Routledge.
- GoPay & Kopernik. (2020). *Riset donasi online di Indonesia 2020*. Gojek Indonesia. <https://www.gojek.com/blog/gopay/riset-donasi-online/>
- Izniyah, N., Saputra, D., & Maulida, S. (2024). *Shadaqah digital dan filantropi modern melalui platform crowdfunding Kitabisa.com*. *Jurnal Filantropi Islam*, 3(2), 88–105.
- Jayanto, D. D. (2025). *Moral outrage, sticky crisis, dan strategi komunikasi krisis Pertamina: Studi kasus skandal korupsi dan pengoplosan BBM*. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Negeri Jakarta.
- Kriyantono, R. (2018). *Public relations, isu, dan krisis manajemen: Pendekatan riset dan praktik komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Kussanti, D. P., Suryani, I., Armelsa, D., & Susilowati. (2025). *Strategi Kampanye SLB Negeri Bekasi Jaya dalam Meningkatkan Kesadaran Publik tentang Kesetaraan Hak Penyandang Tunarungu di Kota Bekasi*. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 211–231.

- Nur Azizah, L., Pratiwi, H., & Fadhilah, N. (2021). *Pengaruh kepercayaan, kesadaran merek, dan transparansi terhadap keputusan donasi daring*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 9(3), 210–225.
- Pradana, A. (2022). *Klarifikasi digital sebagai strategi mitigasi krisis reputasi lembaga sosial*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 10(1), 45–60.
- Salsabila, N., & Hasbi, F. (2021). *Brand image dan public trust dalam keputusan berdonasi melalui platform crowdfunding*. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 8(2), 120–136.
- Saputri, R., & Amina, S. (2022). *Regulasi fintech dan penguatan kepercayaan publik dalam donasi digital di Indonesia*. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Digital*, 4(1), 65–79.
- Safitri, S. (2025). *Strategi Komunikasi Internal Kelompok Usaha Pengelolaan Sampah Desa Panggunharjo Bantul Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan*. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 227–247.
- Samsu, S. (2017). *Metodologi penelitian (teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, dan research & development)*. Pustaka Setia.
- Sespiani, A., Fauzi, R., & Nabila, D. (2021). *Peran influencer dan komunitas digital dalam kampanye donasi daring di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi Sosial dan Media Baru*, 6(1), 33–48.
- Sunjaya, A., Hadi, P., & Fitria, A. (2022). *Peran teknologi crowdfunding dalam memperkuat filantropi digital di Indonesia*. *Jurnal Transformasi Digital*, 5(2), 90–108.
- Thorpe, D. (2013). *Crowdfunding for social good: Financing your cause*. Bloomberg Press.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. Sage Publications.
- Zuhdi, I. N., & Ayuningtyas, F. (2024). *Penerapan komunikasi empatik pada penanganan krisis: Studi kasus meledaknya Depo Pertamina Plumpang*. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1–21.