

ABSTRAK

Imam Murobbi, 1218030087, 2025 *Crowdfunding* Melalui Penggunaan Media Sosial (Penelitian dalam Program Pemberdayaan Ekonomi di Sajiwa Foundation).

Transformasi digital yang pesat telah mengubah pola interaksi sosial dan metode penggalangan dana. Di tengah dominasi media sosial, praktik *crowdfunding* mulai menggantikan metode *fundraising* konvensional. Namun, di Indonesia, masih banyak organisasi sosial yang bergantung pada cara tradisional dalam menghimpun dana. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas penggunaan media sosial dalam mekanisme *crowdfunding*, khususnya dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat seperti yang dilakukan oleh Sajiwa Foundation.

Fokus utama penelitian ini mengkaji dan menganalisis secara mendalam peran Sajiwa Foundation dalam memanfaatkan media sosial untuk praktik *crowdfunding*, yang terintegrasi sebagai bagian esensial dari strategi pemberdayaan ekonominya. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi latar belakang penggunaan media sosial, bentuk pemanfaatan media tersebut, serta dampak yang ditimbulkan dari kegiatan *crowdfunding* terhadap masyarakat sasaran.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada teori modernisasi dari Alex Inkeles dan David H. Smith serta teori pemberdayaan masyarakat. Teori modernisasi menjelaskan perubahan perilaku dan pola pikir individu sebagai respons terhadap perubahan sosial berbasis teknologi, sementara teori pemberdayaan digunakan untuk memahami bagaimana *crowdfunding* dapat meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat secara mandiri.

Metodologi penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Subjek penelitian terdiri dari pengelola Sajiwa Foundation, donatur, serta penerima manfaat program. Analisis data dilakukan secara tematik melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk mengidentifikasi pola dan makna dari proses serta dampak *crowdfunding* melalui media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sajiwa Foundation menggunakan media sosial sebagai strategi utama dalam *crowdfunding* karena mampu menjangkau donatur secara luas dan cepat. Pemanfaatan fitur-fitur media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi publik dan perolehan dana. *Crowdfunding* yang dilakukan berdampak nyata terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui peningkatan kemandirian dan kapasitas usaha penerima manfaat.

Kata Kunci: *Crowdfunding*, Media Sosial, Sajiwa Foundation