

# The Impact of Co-creation on Crowdfunding Performance = Pengaruh Ko-kreasi Terhadap Performa Crowdfunding

Haryani Primanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920538544&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Reward-based crowdfunding offers an advantageous setting for co-creation, where many forms of interactions between backers and project initiators contribute to the success of crowdfunding campaigns. However, there is a lack of study on the impact of backer co-creation in the form of comments, on the performance of crowdfunding campaigns. This study examines the influence of co-creation comments from backers, in terms of co-ideation, co-evaluation, and co-design comments, on the performance of crowdfunding campaigns, using signaling theory as a framework. This study also investigates if the responses of the project initiators (measured by the reply length, reply speed, reply ratio, and reply sentiment) have an impact on the crowdfunding performance. We utilized a panel dataset consisting of 525 reward-based crowdfunding initiatives, encompassing a total of 16,240 observation days. The results show that backers' co-ideation and co-evaluation activity leads to a higher funding amount. The effect of co-ideation comments on the number of backers is greater when project initiators respond to co-ideation comments with positive sentiments. We also found that to increase the amount of pledges, project initiators should reply to co-evaluation comments quickly, concisely, and with positive sentiment.

.....Reward-based crowdfunding merupakan sebuah media yang sangat potensial untuk ko-kreasi, di mana berbagai bentuk interaksi antara penyumbang dana dan pemrakarsa proyek, berkontribusi terhadap keberhasilan kampanye crowdfunding. Namun, penelitian mengenai dampak ko-kreasi yang berbentuk komentar atau dialog antara penyumbang dana dan pemrakarsa proyek, terhadap kinerja kampanye crowdfunding masih kurang. Penelitian ini menguji pengaruh komentar ko-kreasi dari penyumbang dana, yang berbentuk komentar co-ideation, co-evaluation, dan co-design, terhadap kinerja kampanye crowdfunding, dengan menggunakan teori signaling sebagai kerangka kerjanya. Studi ini juga menyelidiki apakah tanggapan pemrakarsa proyek (diukur dari lamanya balasan, kecepatan balasan, rasio balasan, dan sentimen balasan) berdampak pada kinerja crowdfunding. Kami menggunakan data panel yang terdiri dari 525 kampanye crowdfunding, yang mencakup total 16.240 hari observasi. Hasil riset menunjukkan bahwa proyek yang menerima lebih banyak komentar co-ideation dan co-evaluation menghasilkan jumlah pendanaan yang lebih tinggi. Pengaruh komentar co-ideation terhadap jumlah penyumbang dana akan lebih besar ketika pemrakarsa proyek membalas komentar co-ideation dengan sentimen positif. Kami juga menemukan bahwa untuk meningkatkan jumlah dana terkumpul, pemrakarsa proyek harus membalas komentar co-evaluation dengan cepat, ringkas, dan dengan sentimen positif.