

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-nya sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Terpaan Iklan Instagram Kitabisa.Com Terhadap Keputusan *Followers* Melakukan Donasi Secara *Online* pada Masa Pandemi COVID-19.”

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Komunikasi (S.I.Kom) untuk mahasiswa program S-1 Program Studi Pendidikan Jarak Jauh jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Skripsi ini dapat selesai tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril dan materil baik langsung dan tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama yang saya hormati:

1. Dr. Naniek Novijanti, S.Pd., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Rambu Naha S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan.
3. Stella Stefany S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Utama.

4. Azalia Gerungan , B.Bus., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Kedua.
5. Babab Drs. Achmad Budiyanto dan Mbu Dra. Betti Karyanti.
6. Aci H.Udju Suparna dan Anin Hj. Esih Wintarsih.
7. Mochammad Revaldy Virgiawan yang menemani dari awal perkuliahan.
8. Yubi, Eli, Deby, Sashi, Ariel, yang menemani dan menyemangati dari awal perkuliahan sampai akhir.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Tangerang, 14 Januari 2020

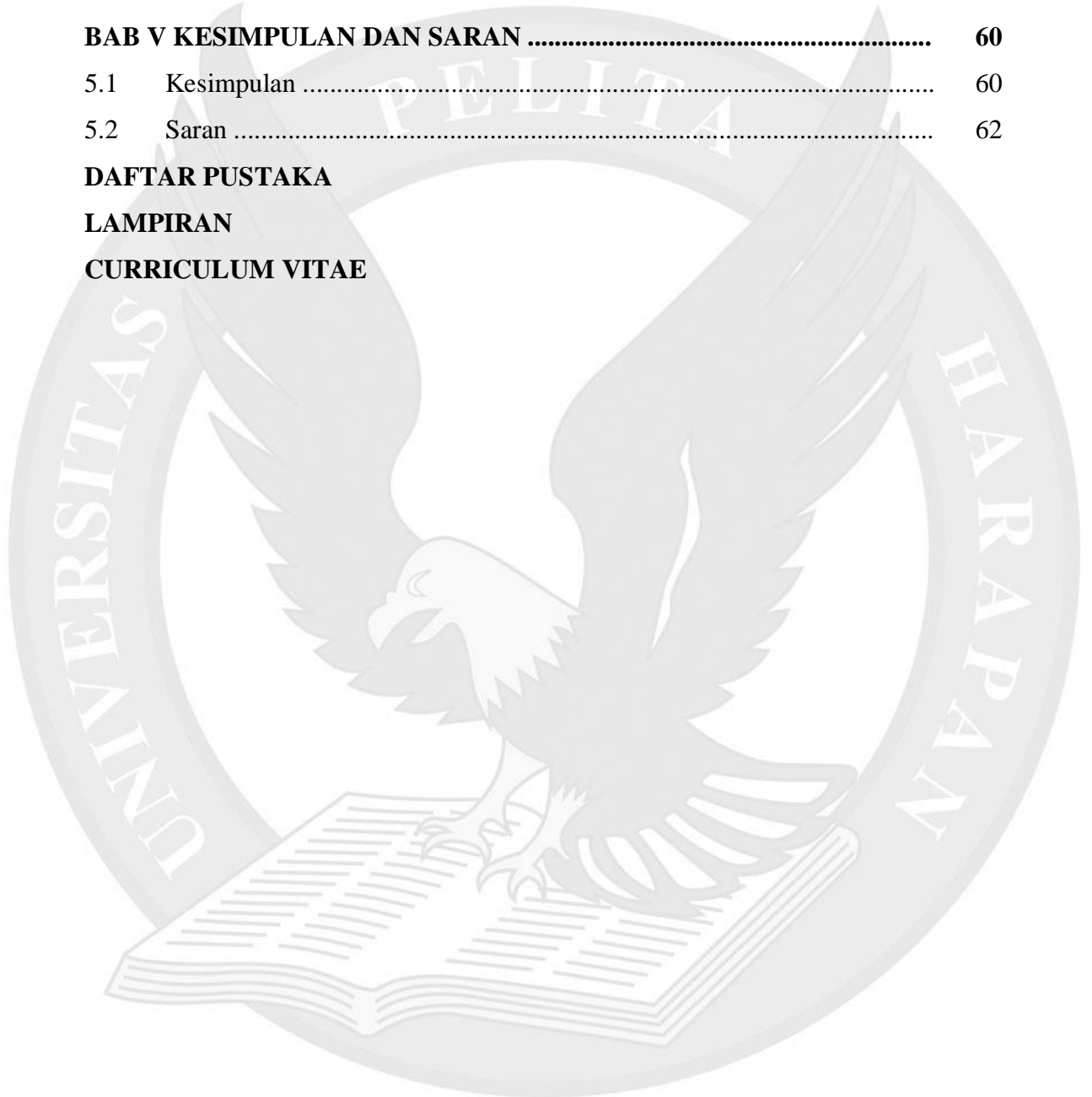

Fauziah Nur Habibah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	Vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Konsep Media Sosial	12
2.1.1.1 Definisi Media Sosial	12
2.1.1.2 Karakteristik Media Sosial	13
2.1.1.3 Jenis Media Sosial	14
2.1.2 Konsep Penggalangan Donasi (<i>Crowdfunding</i>)	15
2.1.2.1 Definisi Penggalangan Donasi (<i>Crowdfunding</i>)	15
2.1.2.2 Faktor Keputusan Melakukan Donasi	16

2.1.3	Media Sosial sebagai Sarana Penggalangan Donasi	17
2.1.4	Media Sosial dan Keputusan Melakukan Donasi	17
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Teoritis	20
2.4	Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		24
3.1	Metode Penelitian	24
3.2	Teknik Penarikan Sampel	25
3.2.1	Populasi	25
3.2.2	Sampel	25
3.3	Operasionalisasi Variabel	27
3.3.1	Terpaan Iklan (X)	27
3.3.2	Keputusan Donasi (Y)	28
3.4	Teknik Pengujian Instrumen	30
3.4.1	Uji Validitas	30
3.4.2	Uji Reliabilitas	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data	34
3.6	Teknik Analisis Data	36
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	36
3.6.2	Uji Normalitas	36
3.6.3	Uji Koefisien Korelasi	37
3.6.4	Analisis Regresi Linier	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitian	39
4.1.1	Gambaran Umum <i>Platform</i> Kitabisa.com	40
4.1.2	Karakteristik Responden	41
4.1.3	Hasil Survey Kuisisioner	46
4.1.3.1	Terpaan Iklan	46
4.1.3.2	Keputusan Berdonasi	47
4.1.4	Analisis Data	49
4.1.4.1	Analisis Data Deskriptif	49

4.1.4.2 Uji Normalitas	50
4.1.4.3 Uji Koefisien Korelasi	51
4.1.4.4 Analisis Regresi Linier	52
4.2 Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Pengujian Validitas Variabel Terpaan Iklan (X)	31
Tabel 3.2	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Berdonasi (Y)	32
Tabel 3.3	Hasil Pengujian Reliabilitas	34
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi	37
Tabel 4.1	Karakteristik Demografi Responden	42
Tabel 4.2	Karakteristik Persepsi Responden Mengenai Pengalaman Melakukan Donasi di Kitabisa.com	44
Tabel 4.3	Karakteristik Persepsi Responden Mengenai Pengalaman Melihat Iklan Donasi di Instagram Kitabisa.com.....	45
Tabel 4.4	Hasil Survey Kuisisioner Terpaan Iklan	46
Tabel 4.5	Hasil Survey Kuisisioner Keputusan Berdonasi	47
Tabel 4.6	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	51
Tabel 4.8	Hasil Uji Koefisien Korelasi	52
Tabel 4.9	Hasil Estimasi Analisis Regresi Linier	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Pengujian Validitas.....	A-1
Lampiran B Hasil Pengujian Reliabilitas.....	B-1
Lampiran C Hasil Pengolahan dan Analisis Data.....	C-1
Lampiran D Hasil Cek Plagirisim.....	D-1
Lampiran E Laporan Bimbingan.....	E-1

