

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KITABISACOM
TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI DI PLATFORM KITABISA.COM
(Penelitian Deskriptif Kuantitatif pada Pengikut Akun Instagram
@kitabisacom)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S. Ikom.) Konsentrasi Penyiaran



oleh

Galuh Setiya Pratama

NIM 1805374

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KITABISACOM
TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI DI PLATFORM KITABISA.COM
(Penelitian Deskriptif Kuantitatif pada Pengikut Akun Instagram
@kitabisacom)**

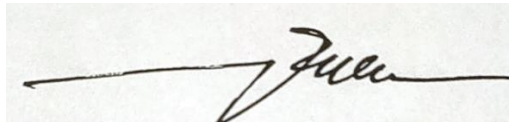
oleh

Galuh Setiya Pratama

NIM 1805374

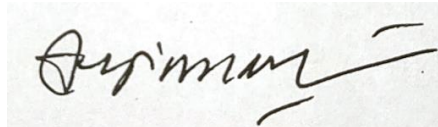
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Deni Darmawan, M.Si., MCE., M. Ikom.
NIP 197112281998021003

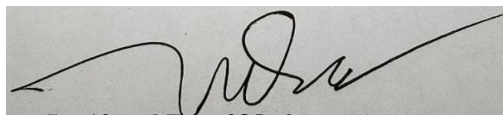
Pembimbing II,



Firman Aziz, S.Pd., M.Pd.
NIP 198302152009121004

Mengetahui

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Pendidikan Indonesia,**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.
NIP 198507172014041001

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KITABISACOM
TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI DI PLATFORM KITABISA.COM
(Penelitian Deskriptif Kuantitatif pada Pengikut Akun Instagram
@kitabisacom)**

oleh
Galuh Setiya Pratama
NIM 1805374

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan
Sosial

© Galuh Setiya Pratama
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau dengan cara apapun tanpa izin penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan lembar pernyataan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KITABISACOM TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI DI PLATFORM KITABISA.COM (Penelitian Deskriptif Kuantitatif pada Pengikut Akun Instagram @kitabisacom)” adalah benar-benar murni hasil dari pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan tiruan, salinan, atau duplikat dari skripsi lain. Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab. Atas pernyataan ini saya siap menanggung, baik risiko maupun sanksi, apabila ditemukan adanya pelanggaran di kemudian hari atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Galuh Setiya Pratama

NIM 1805374

ABSTRAK

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KITABISACOM
TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI DI PLATFORM KITABISA.COM
(Penelitian Deskriptif Kuantitatif pada Pengikut Akun Instagram
@kitabisacom)**

oleh
Galuh Setiya Pratama
NIM 1805374

Penelitian ini dilatarbelakangi Gopay dan Kopernik pada tahun 2020 melakukan riset mengenai donasi digital dengan hasil riset sebanyak 76% orang berdonasi secara digital dengan nilai rata rata per donasi meningkat 72%. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh media sosial Instagram @kitabisacom terhadap keputusan berdonasi di platform Kitabisa.com dengan menghubungkan hubungan variabel independen (X) yaitu media sosial, dengan variabel dependen (Y) yaitu keputusan berdonasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah sejumlah pengikut akun instagram @kitabisacom sejumlah 899.000 akun, sedangkan sampel penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan rumus slovin didapatkan 100 responden sebagai sampel penelitian. Program yang digunakan dalam perhitungan dan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan nilai persamaan regresi $Y = 12,146 + 0,446X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,542. Artinya, kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0.294 atau sebesar 29.4% sedangkan sisanya sebesar 70.6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($7.125 > 221$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Adapun terdapat pengaruh yang signifikan media sosial instagram @kitabisacom terhadap Keputusan Masyarakat Berdonasi di Platform Kitabisa.com sedangkan Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($56.769 > 2.700$) Dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan media sosial instagram @kitabisacom terhadap keputusan masyarakat berdonasi di platform Kitabisa.com.

Kata Kunci: *Media Sosial Instagram, AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action), Instagram, Keputusan Berdonasi, Platform Kitabisa.com*

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @KITABISACOM ON
DONATION DECISIONS ON THE KITABISA.COM PLATFORM
(Correlational Study on Account Instagram Followers @kitabisacom)

by
Galuh Setiya Pratama
NIM 1805374

This research was motivated by the background that in 2020 Gopay and Kopernik conducted research on digital donations. 76% of people donated digitally with the average value per donation increasing by 72%. This study aims to analyze the influence of Instagram social media @kitabisacom on the decision to donate on the KitaBisa.com platform (X), namely social media, namely the decision to donate (Y). The theory used in this study is the AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). This study used a description method with a quantitative approach. The population determined was Instagram followers @kitabisacom a total of 899 thousand accounts. The sample using purposive sampling with the slovin formula obtained 100 respondents as a research sample. The program used in the calculation uses the SPSS Statistics 25 application. The results of the study obtained the value of the regression equation $Y = 12.146 + 0.446X_1$, the value of the correlation coefficient was obtained at 0.542 meaning that the two variables have a moderate level of relationship. The value of determination or contribution of influence is 0.294 or 29.4% while the remaining 70.6% is influenced by other factors. Test the hypothesis obtained the value of $t_{count} > t_{table}$ or $(7.125 > 221)$. So H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that there is a significant influence on Instagram social media @kitabisacom on the Decision of People to Donate on the Kitabisa.com Platform, while the hypothesis test obtained an F value calculated $> F_{table}$ or $(56,769 > 2,700)$.

Keywords: Instagram Media Social, AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action), Instagram, Donation Decision, Kitabisa.com Platform

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KITABISACOM TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI DI PLATFORM KITABISA.COM (Penelitian Deskriptif Kuantitatif pada Pengikut Akun Instagram @kitabisacom)”. Penulis menyusun skripsi ini dengan tujuan memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia. Penelitian ini dibuat sesuai dengan kaidah dan pedoman yang berlaku pada penulisan karya tulis ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia.

Skripsi ini terdiri atas lima bab. BAB I PENDAHULUAN berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. BAB II KAJIAN PUSTAKA berisi teori komunikasi massa, media sosial, media sosial instagram, teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decission, Action*), keputusan berdonasi, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, paradigma penelitian, dan hipotesis penelitian. BAB III METODOLOGI PENELITIAN berisi desain penelitian, metode dan pendekatan penelitian, tempat, waktu, dan partisipan penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik penganalisisan data, pengujian instrumen, dan prosedur penelitian. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN berisi profil objek penelitian, hasil, dan pembahasan. BAB V PENUTUP berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi.

Penelitian ini merupakan hasil pemikiran dari penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat masih jauh dari kesempurnaan karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun dari seluruh pihak yang membaca skripsi ini.

Bandung, Agustus 2024



UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KITABISACOM TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI DI PLATFORM KITABISA.COM (Penelitian Deskriptif Kuantitatif pada Pengikut Akun Instagram @kitabisacom)” untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia.

Banyak pihak berjasa dalam memberikan bimbingan, arahan, doa, dan motivasi selama penulis mengerjakan karya skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala bentuk rasa hormat dan kerendahan hati dalam kesempatan yang baik ini penulis hendak menyamopaiakan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Agus Mulyana, M. Hum., Selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
3. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Prof. Dr. Deni Darmawan, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan serta motivasi kepada penulis.
5. Firman Aziz, S.Pd., M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan arahan, motivasi, dan masukan, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.

7. Ayah dan ibu tercinta Acam Sawil dan Dwi Setiyawati, kakak penulis yaitu Dinnia Fajar Tenni Prihandini serta kedua adik penulis yaitu Galih Muhammad Ramadhan dan Gazza Muhammad Abyaz yang telah memberikan semangat, doa, dan senantiasa menemani serta mendukung penuh aktivitas penulis selama perkuliahan dan seterusnya.
8. Chatya Putri Rezate yang telah memberikan doa, motivasi, waktu, dan tenaga serta selalu mendukung penulis segala aktivitas penulis.
9. Sahabat seperjuangan penulis, Kamal, Febri, Deha, Furqon, dan Novan yang terus memberikan semangat kepada penulis.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu dan telah mendoakan dan mendukung penulis.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Segi Teoretis	8
1.4.2 Manfaat Segi Praktis.....	8
1.4.3 Manfaat Segi Kebijakan	8
1.4.4 Manfaat Segi Isu serta Aksi Sosial	9
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Komunikasi Massa	11
2.2 Media Sosial.....	13
2.3 Media Sosial Instagram	14
2.4 Teori AIDDA (<i>Attention, Interest, Desire, Decision, Action</i>).....	15
2.5 Keputusan Berdonasi.....	15

2.6	Penelitian Terdahulu	16
2.7	Kerangka Berpikir	23
2.8	Paradigma Penelitian.....	25
2.9	Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Desain Penelitian	27
3.2	Metode dan Pendekatan Penelitian	27
3.3	Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian	28
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.4.1	Populasi Penelitian	28
3.4.2	Sampel Penelitian	28
3.5	Instrumen Penelitian.....	29
3.5.1	Kuesioner	29
3.5.2	Skala Pengukuran	29
3.5.3	Studi Kepustakaan	30
3.6	Operasional Variabel.....	30
3.7	Teknik Pengumpulan Data	37
3.8	Teknik Pengolahan Data	37
3.9	Teknik Penganalisisan Data	37
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.9.2	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	38
3.10	Pengujian Instrumen Penelitian	38
3.10.1	Uji Validitas.....	38
3.10.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.11	Uji Hipotesis.....	39
3.12	Prosedur Penelitian.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Profil Objek Penelitian	44
4.2	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	45
4.2.2	Pengujian Instrumen Data Penelitian	48
4.2.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	52
4.2.4	Analisis Kuantitatif.....	58

4.3	Pembahasan.....	65
4.3.1	Pembahasan Pengaruh Media Sosial Instagram @kitabisa.com Terhadap Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com.....	65
4.3.2	Besar Pengaruh Media Sosial Instagram @kitabisa.com Terhadap Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com.....	65
BAB V PENUTUP.....		67
5.1	Simpulan	67
5.2	Implikasi	67
5.3	Rekomendasi.....	68
Daftar Pustaka.....		70
LAMPIRAN-LAMPIRAN		75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Ringkasan Peneliti Terdahulu	15
Tabel 3.1 Tabel Bobot Nilai Pertanyaan	29
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel	30
Tabel 4.1 Tabel Interval Tanggapan Responden	43
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Pada Variabel Media Sosial Instagram @kitabisacom (X)	44
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com (Y)	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Media Sosial Instagram @kitabisacom(X)	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com(Y)	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas dengan Shapiro Wilk	51
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Multikolinearitas dengan Collinearity Statistic	53
Tabel 4.9 Pedoman Interpretasi Uji Durbin-Watson	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson	55
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Regresi Linier Variabel Variabel Media Sosial Instagram @kitabisacom(X) Terhadap Keputusan Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com(Y)	57
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Variabel Media Sosial Instagram @kitabisacom(X) Terhadap Keputusan Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com(Y)	58
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Determinasi Variabel Media Sosial Instagram @kitabisacom(X) Terhadap Keputusan Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com(Y)	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Media Sosial Instagram @kitabisacom(X) Terhadap Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com(Y)	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis (Uji f) Variabel Media Sosial Instagram @kitabisacom (X) Terhadap Keputusan Berdonasi di Platform Kitabisa.com(Y)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Riset Donasi Digital	4
Gambar 1.2 Riset Platform Donasi Digital	4
Gambar 1.3 Riset Media Sosial Donasi Digital	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Grafik P-P Plot Hasil Uji Normalitas.....	52
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	73
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Pengisian Kuesioner	84
Lampiran 3 Output Data SPSS.....	87