

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT
BERDONASI *ONLINE* SEBAGAI BENTUK CAPAIAN KEGIATAN PKN
KEMASYARAKATAN**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Kewarganegaraan



Oleh:

Sandra Tresnayadi

NIM 1701097

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2021**

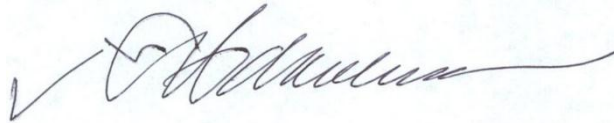
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT
BERDONASI *ONLINE* SEBAGAI BENTUK CAPAIAN KEGIATAN PKN
KEMASYARAKATAN”

Oleh : Sandra Tresnayadi

NIM: 1701097

Disetujui dan Disahkan oleh:

Pembimbing I



Prof. Dr. Abdul Azis Wahab, MA

NIP. 920170119430401101

Pembimbing II

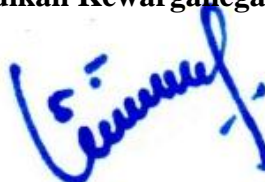


Dr. Susan Fitriasaki, M.Pd

NIP. 198207302009122

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Kewarganegaraan Program Sarjana (S1)



Dr. Susan Fitriasaki, M.Pd

NIP. 198207302009122

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BERDONASI
ONLINE SEBAGAI BENTUK CAPAIAN KEGIATAN PKN
KEMASYARAKATAN**

Oleh:

SANDRA TRESNAYADI

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Kewarganegaraan

©SANDRA TRESNAYADI

Universitas Pendidikan Indonesia

2021

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian

dengan dicetak ulang, difotokopi, atau dengan cara lainnya tanpa seizin penulis

Sandra Tresnayadi, 2021

***PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BERDONASI ONLINE SEBAGAI BENTUK
CAPAIAN KEGIATAN PKN KEMASYARAKATAN***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRAK

SANDRA TRESNAYADI. (1701097). “PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BERDONASI *ONLINE* SEBAGAI BENTUK CAPAIAN KEGIATAN PKN KEMASYARAKATAN”

Abstrak: Berbagai macam problematika kerap terjadi di Indonesia dari mulai bencana alam hingga permasalahan sosial. Menurut Humas BNPB, terdapat 10.817 kejadian bencana alam yang terjadi dalam kurun waktu 30 tahun terakhir (1982-2012). Selain itu Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan persentase penduduk miskin di Indonesia pada September 2019 sebesar 9,22%. Permasalahan-permasalahan tersebut tentunya membutuhkan partisipasi serta keterlibatan aktif masyarakat dalam membantu, salah satunya melalui donasi secara *online*. Berdonasi secara *online* mulai marak digaungkan terlebih ketika *celebrity endorser* dijadikan strategi untuk menarik perhatian khalayak. Hal tersebut yang melatarbelakangi hadirnya penelitian ini dengan tujuan untuk meninjau sejauh mana pengaruh antara *celebrity endorser* terhadap minat berdonasi *online*. Dalam konteks keilmuan Pendidikan Kewarganegaraan, melakukan donasi online merupakan salah satu bentuk capaian PKN Kemasyarakatan yang memiliki titik fokus pada interaksi dan partisipasi warga negara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif survei. Sampel penelitian berjumlah 100 orang yang merupakan Followers Akun Instagram Kitabisacom. Instrumen penelitian berupa angket dengan menggunakan skala likert, yang telah di uji validitas dan reliabilitas. Untuk menentukan hasil penelitian dilakukan teknik analisis deskriptif, serta melakukan uji normalitas, linearitas, dan uji regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berdonasi *online* sebagai bentuk capaian kegiatan PKN Kemasyarakatan. Penggunaan *celebrity endorser* sebagai strategi dalam menumbuhkan minat berdonasi *online* dapat terus dilakukan sebagai wujud keterlibatan aktif warga negara.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Minat Berdonasi *Online*, PKN Kemasyarakatan.

ABSTRACT

SANDRA TRESNAYADI. (1701097). “THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER FOR INTEREST IN ONLINE DONATION AS FORM OF ACHIEVEMENTS CIVIC COMMUNITY ACTIVITIES”

Abstract: Various kinds of problems often occur in Indonesia, ranging from natural disasters to social problems. According to BNPB Public Relations, there were 10,817 natural disasters that occurred in the last 30 years (1982-2012). In addition, the Central Statistics Agency (BPS) revealed that the percentage of poor people in Indonesia in September 2019 was 9.22%. These problems certainly participate and active involvement of the community in helping, one of which is through online donations. Donating online is starting to be widely echoed, especially when celebrity endorsers are used as a strategy to attract attend the public. This is the background for exist this study with the aim of reviewing extend the influence of celebrity endorsers on online donation interest. In the scientific context of Citizenship Education, making online donations is a form of Community Civics Education achievement that has a focus on citizen interaction and participation. This study uses a quantitative approach with a descriptive survey method. The research sample is 100 people who are Kitabisacom Instagram Account Followers. The research instrument is a questionnaire using a Likert scale, which has been tested for validity and reliability. To decide the results of the study, descriptive analysis techniques were used, as well as normality, linearity, and regression tests. The results of the study show that celebrity endorsers have a significant influence on online donation interest as a form of achievement of Community Civics activities. The use of celebrity endorsers as a strategy in growing interest in online donations can continue to be carried out as a form of active citizen involvement.

Keyword: Celebrity Endorser, Interest of Online Donation, Community Civic.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.1.1 Pengertian <i>Celebrity</i>	14
2.1.2 Pengertian <i>Endorser</i>	16
2.1.3 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	17
2.1.4 Karakteristik <i>Celebrity Endorser</i>	18
2.1.5 Keuntungan dan Resiko Menggunakan <i>Celebrity Endorser</i>	21
2.2 Minat Berdonasi <i>Online</i>	22
2.2.1 Pengertian Minat Berdonasi <i>Online</i>	22
2.2.2 Faktor Penentu Seseorang dalam Memberikan Donasi.....	24
2.2.3 Indikator Minat Berdonasi <i>Online</i>	26
2.3 Pendidikan Kewarganegaraan Kemasyarakatan (PKn Kemasyarakatan)...	27
2.3.1 Pengertian Pendidikan Kewarganegaraan (PKn).....	27
2.3.2 Tujuan Pendidikan Kewarganegaraan.....	29

2.3.3 Visi dan Misi Pendidikan Kewarganegaraan.	31
2.3.4 Pendidikan Kewarganegaraan dalam Ruang Lingkup Sosio-Kultural.	34
2.3.5 Makna Pendidikan Kewarganegaraan (PKn) Kemasyarakatan.	35
2.3.6 Capaian Kegiatan PKn Kemasyarakatan.	38
2.4 Penelitian Terdahulu.	40
2.5 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN	43
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.1.1 Pendekatan Penelitian.	43
3.1.2 Metode Penelitian.....	43
3.2 Teknik Penelitian	45
3.2.1 Metode Survey.	45
3.2.2 Skala Ordinal.....	45
3.3 Partisipan Penelitian.....	45
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.4.1 Populasi	46
3.4.2 Sampel.....	47
3.5 Variabel Penelitian.	48
3.6 Instrumen Penelitian.....	50
3.7 Prosedur Penelitian.....	50
3.7.1 Tahap Perencanaan Penelitian.....	50
3.7.2 Tahap Pelaksanaan Penelitian	52
3.7.3 Tahap Akhir	52
3.8 Sumber Data.....	53
3.8.1 Data Primer	53
3.8.2 Data Sekunder	53
3.9 Teknik Pengolahan Data.	53
3.10 Teknik Analisis Uji Instrumen	54
3.10.1 Uji Validitas.	54
3.10.2 Uji Reliabilitas	56
3.11 Teknik Analisis Data.....	57

3.11.1 Teknik Analisis Deskriptif Data.....	57
3.11.2 Teknik Regresi Linier Sederhana.....	58
3.11.3 Uji Normalitas Data	59
3.11.3 Uji Koefisien Korelasi.....	60
3.12 Uji Hipotesis	61
3.12.1 Uji t (Uji Parsial).....	61
3.12.2 Uji f (Uji Simultan)	62
3.12.3 Uji Koefisien Determinasi.....	62
BAB IV	64
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Temuan.....	64
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.1.2 Deskripsi Data Penelitian	69
4.1.3 Deskripsi Tanggapan Responden.....	71
4.1.4 Analisis Deskriptif Data.....	109
4.1.5 Uji Normalitas Data.	110
4.1.6 Uji Koefisien Korelasi.....	110
4.1.7 Uji Regresi Linier Sederhana.	111
4.1.8 Uji Hipotesis.	113
4.2 Pembahasan.....	115
4.2.1Pengaruh <i>celebrity endorser</i> dalam mendukung kegiatan PKn Kemasyarakatan.	115
4.2.2 Pengaruh <i>celebrity endorser</i> terhadap minat berdonasi <i>online</i> masyarakat.....	120
4.2.3 Hubungan antar <i>celebrity endorser</i> terhadap minat berdonasi <i>online</i> masyarakat.....	123
BAB V.....	126
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	126
5.1 Simpulan.	126
5.1.1 Simpulan Umum.	126
5.1.2 Simpulan Khusus	127
5.2 Implikasi.....	129
5.2.1 Implikasi Umum	129

5.2.2 Implikasi Khusus.....	130
5.3 Rekomendasi.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	134
LAMPIRAN.....	143

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator Variabel X dan Y.....	49
Tabel 3. 2 Hasil Analisis Uji Validitas Angket Rumusan Masalah 1	55
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 3. 4 Kriteria Analisis Deskriptif Presentase	58
Tabel 3. 5 Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi	61
Tabel 3. 6 Kriteria kuatnya korelasi.....	63
Tabel 4. 1 Hasil Jawaban Responden No.1	72
Tabel 4. 2 Hasil Jawaban Responden No.2.....	73
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden No.3.....	75
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden No.4.....	76
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden No.5.....	78
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden No.6.....	79
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden No.7.....	81
Tabel 4. 8 Hasil Jawaban Responden No.8.....	82
Tabel 4. 9 Hasil Jawaban Responden No.9.....	84
Tabel 4. 10 Hasil Jawaban Responden No.10.....	85
Tabel 4. 11 Hasil Jawaban Responden No.11.....	87
Tabel 4. 12 Hasil Jawaban Responden No.12.....	88
Tabel 4. 13 Hasil Jawaban Responden No.13.....	90
Tabel 4. 14 Hasil Jawaban Responden No.14.....	91
Tabel 4. 15 Hasil Jawaban Responden No.15.....	93
Tabel 4. 16 Hasil Jawaban Responden No.16.....	94
Tabel 4. 17 Hasil Jawaban Responden No.17.....	96
Tabel 4. 18 Hasil Jawaban Responden No.18.....	97
Tabel 4. 19 Hasil Jawaban Responden No.19.....	99
Tabel 4. 20 Hasil Jawaban Responden No.20.....	100
Tabel 4. 21 Hasil Jawaban Responden No.21.....	102
Tabel 4. 22 Hasil Jawaban Responden No.22.....	103
Tabel 4. 23 Hasil Jawaban Responden No.23.....	105
Tabel 4. 24 Hasil Jawaban Responden No.24.....	106
Tabel 4. 25 Hasil Jawaban Responden No.25.....	108
Tabel 4. 26 Hasil Uji Normalitas Data.....	110
Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Korelasi	111
Tabel 4. 28 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	111
Tabel 4. 29 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	113
Tabel 4. 30 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji f)	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kejadian Bencana Tahun 1982-2012.....	6
Gambar 1. 2 Presentase berdonasi generasi millennial.....	7
Gambar 1. 3 Keterlibatan Masyarakat dalam gerakan donasi <i>online</i>	8
Gambar 4. 1 Logo Kitabisa.com	65
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	69
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.	70
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	71
Gambar 4. 6 Hasil Jawaban Responden No.1	72
Gambar 4. 7 Hasil Jawaban Responden No.2.....	74
Gambar 4. 8 Hasil Jawaban Responden No.3.....	75
Gambar 4. 9 Hasil Jawaban Responden No.4.....	77
Gambar 4. 10 Hasil Jawaban Responden No.5.....	78
Gambar 4. 11 Hasil Jawaban Responden No.6.....	79
Gambar 4. 12 Hasil Jawaban Responden No.7.....	81
Gambar 4. 13 Hasil Jawaban Responden No.8.....	82
Gambar 4. 14 Hasil Jawaban Responden No.9.....	84
Gambar 4. 15 Hasil Jawaban Responden No.10.....	85
Gambar 4. 16 Hasil Jawaban Responden No.11.....	87
Gambar 4. 17 Hasil Jawaban Responden No.12.....	88
Gambar 4. 18 Hasil Jawaban Responden No.13.....	90
Gambar 4. 19 Hasil Jawaban Responden No.14.....	91
Gambar 4. 20 Hasil Jawaban Responden No.15.....	93
Gambar 4. 21 Hasil Jawaban Responden No.16.....	94
Gambar 4. 22 Hasil Jawaban Responden No.17.....	96
Gambar 4. 23 Hasil Jawaban Responden No.18.....	97
Gambar 4. 24 Hasil Jawaban Responden No.19.....	99
Gambar 4. 25 Hasil Jawaban Responden No.20.....	100
Gambar 4. 26 Hasil Jawaban Responden No.21.....	102
Gambar 4. 27 Hasil Jawaban Responden No.22.....	103
Gambar 4. 28 Hasil Jawaban Responden No.23.....	105
Gambar 4. 29 Hasil Jawaban Responden No.24.....	106
Gambar 4. 30 Hasil Jawaban Responden No.25.....	108
Gambar 4. 31 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	114
Gambar 4. 32 Hasil Jawaban Responden dari Nomor 1-10.....	119
Gambar 4. 33 Hasil Jawaban Responden dari Nomor 11-20.....	122
Gambar 4. 34 Hasil Jawaban Responden dari Nomor 21-25.....	123

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang No 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.

Pasal 3 Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional

Permendiknas No.22 tahun 2006 tentang Tujuan Pembelajaran PKn.

Sumber Buku dan E-Book

A Shimp, Terence. (2007). "Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)". Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Aryani, I.K. & Susatim, M. (2010). *Pendidikan Kewarganegaraan Berbasis Nilai*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Bertucci, M. G. (2007). *Civic Engagement in Public Policies (Issue United Nations, New York)*. United Nations.

BNPB, 2014. "Rencana Nasional 2015-2019". Badan Nasional Penanggulangan Bencana.

Budimansyah, Dasim. 2018. "Perancangan Pembelajaran Berbasis Karakter". Widya Aksara Press: Bandung.

Budimansyah, Dasim. 2018. "Perancangan Pembelajaran Berbasis Karakter". Widya Aksara Press: Bandung.

Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish: Sleman.

IDN,Research. (2019). *Indonesia Millennial Report*. IDN Media.

Ismunandar, Y., Shavira, D., & Rangga, I. (2019). *Review buku Metode Penelitian Kuantitatif* Suharsaputra. Universitas Padjajaran, Sumedang.

Jewler, A. J., & Drewniany, B. (2008). *Creative Strategy In Advertising Ninth Edition*. Lyn Uhl:USA.

Kemendikbud, D. P. S. D. D. (2016). *Pengembangan Bakat dan Minat Siswa*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Direktorat Pembinaan Sekolah

Menengah Kejuruan.

- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. In Library of Congress Cataloging.
- Rolph, D. (2008). *Reputation, Celebrity and Defamation Law*. Ashgate Publishing Limited. MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall.
- Royan, Frans.M, 2005, *Marketing Celebrities*, Jilid I, Penerbit PT. Elex Media. Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. In Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarto dan Hetifa Sj. 2003. "Inovasi, Partisipasi dan Good governance". Bandung: Yayasan. Obor Indonesia.
- Suryana, Ms. (2010). *Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bahan Ajar. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Trisnani, N. (2019). *Modul Teknik Sampling Dan Survey*. IKIP PGRI Wates.
- Wahab, Abdul Azis & Sapriya. (2011). *Teori dan Landasan Pendidikan Kewarganegaraan*. Bandung: CVAlfabeta.
- Welch, M. (2007). *Higher Education and Civic Engagement Interntional Perspectives* (L. M. A. I. MAC LABHRAINN (Ed.)). British Library Cataloguing in Publication Data.
- Willems, W. (2013). *What characteristics of crowdfunding platforms influence the success rate ?*. Erasmus School of History, Culture and Communication.
- Winarno. (2011). *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. Universitas Negeri Malang.
- Winarno. (2013). *Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan, Isi Strategi dan Penilaian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winataputra, U.S. & Budimansyah, D. (2007). *Civic Education: Kontek, Landasan, Bahan Ajar dan Kultur Kelas*. Baandung: Prodi PKn SPs UPI.

Sumber Artikel Jurnal

- Adler, R. P., & Goggin, J. (2005). What Do We Mean By “Civic Engagement”? *Journal of Transformative Education*, 3(3), 236–253.
- Agrawal, J., & Kamakura, W. A. (1995). The Economic Worth of Celebrity Endorsers: An Event Study Analysis. *Journal of Marketing*, 59(3), 56.
- Akbal, M. (2016). Pendidikan Kewarganegaraan dalam Pembangunan Karakter Bangsa. *Gadjah Mada University Press Bekerjasama Dengan LAN RI*, 1(1), 485–493.
- Aulia, S. S., & Arpanudin, I. (2019). Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Lingkup Sosio-Kultural Pendidikan Non-Formal. *Jurnal Civic Education: Media Kajian Pancasila dan Kewarganegaraan*, 3(1), 1.
- Chan, K., Leung, Y., & Luk, E. (2013). Marketing Management | Impact of Celebrity Endorsements on Overall Brand. *Young Consumer*, 14(2), 167.
- . Chen, Y., Dai, R., Yao, J., & Li, Y. (2019). Donate Time or Money? The Determinants of Donation Intention in Online Crowdfunding. *Technology in Society*, 11.
- Choi, S. M., & Rifon, N. J. (2007). Who is the celebrity in advertising? Understanding dimensions of celebrity images. *Journal of Popular Culture*, 40(2), 304–324.
- Cholisin. (2000). Konsep Ilmu Kewarganegaraan - PKN. *Ilmu Kewarganegaraan*, 1–46.
- Davies, R. (2014). Civic Crowdfunding: Participatory Communities, Entrepreneurs and the Political Economy of Place. *SSRN Electronic Journal*.
- Dvorak, T., & Toubman, S. R. (2013). Are Women More Generous Than Men? Evidence from Alumni Donations. *Eastern Economic Journal*, 39(1), 121-131.
- Erdogan, B. Z., Baker, M. J., & Tagg, S. (2001). Selecting celebrity endorsers: The practitioner’s perspective. *Journal of Advertising Research*, 41(3), 39-48.
- Gamson, J. (2005). Book Review of “Understanding Celebrity,” by Graeme Turner. *Popular Communication*, 3(4), 265–267.

- Glennardo, Y. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Slank Terhadap Minat Berdonasi Masyarakat Pada Organisasi Non-Profit Profauna. *Parsimonia*, 5(1), 19–28.
- Gunarsa, B., & Saputra (2012). Analisis Dan Perancangan Sistem Aplikasi Basis Data Crowd Funding Berbasis Web. Universitas Binus.
- Harlan, J. (2018). Analisis Regresi Linear. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Herna et al. (2019). Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online Kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 146–156.
- Hoskins, B. L., & Mascherini, M. (2009). Measuring Active Citizenship Through The Development of a Composite Indicator. *Social Indicators Research*, 90(3), 459–488.
- Ikhtiarti, E., Rohman., Adha, M. M., Ynazi, H. (2020). Membangun Generasi Muda Smart and Good Citizenship melalui Pembelajaran PPKn Menghadapi Tantangan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Universitas Lampung*, 1, 1–14.
- Kaikati, J. G. (1987). Celebrity Advertising. *International Journal of Advertising*, 6(2), 93–105.
- Kerrigan, F., Hower, P., & Brownlie, D. (2015). Celebrity Endorsement : A Strategic Promotion Perspective. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1–3.
- Lee, M. R., & Thomas, S. A. (2010). Civic Community, Population Change, and Violent Crime in Rural Communities. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 47(1), 118–147.
- Magnini, V. P., Garcia, C., & Honeycutt, E. D. (2010). Identifying the Attributes of an Effective Restaurant Chain Endorser. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(2), 238–250..
- Magnini, V. P., Honeycutt, E. D., & Cross, A. M. (2008). Understanding the Use of Celebrity Endorsers for Hospitality Firms. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 57–69.
- Mardalis, A., & Zusrony, E. (2009). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

- Konsumen dalam Memilih Bank Syariah. *DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 10(2), 102–116.
- Mawarti, R., & Sundawa, D. (2015). Peranan Civic Community Dalam Mendorong Pemuda Sebagai Pelopor Kemandirian Bangsa (Studi kasus pada komunitas “Pasukan Kresek” di Kabupaten Malang. *Nurani: Jurnal Kajian Syari`ah dan Masyarakat*, 16 (2), 22.
- McCracken, G. (1989). Who Is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process. *Journal of Consumer Research* 1, 16(3), 310, 12.
- Melorose, J., Perroy, R., & Careas, S. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Menggambar Teknik Di Smk. *Jurnal Kajian Pendidikan Teknik Bangunan*, 3(3), 124–127
- Mulyo, P. D. (2015). Endorser Sebagai Affirmative Action Dalam Komunikasi Bisnis. Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Merdeka Malang.
- Mulyono, B. (2017). Reorientasi Civic Disposition dalam Kurikulum Pendidikan Kewarganegaraan sebagai Upaya Membentuk Warga Negara yang Ideal. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 14(2), 218–225.
- Naziev, A. (2016). What Is an Education Savings. *International Conference The Future of Education*.
- Neuman, W. L. (2002). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. *Teaching Sociology*. 30(3).
- Noor, A. H. B. M., Isa, N. A. M., Irgan, H. M., Bahrom, H. Bin, Salleh, A. B. M., & Ridzuan, A. R. Bin. (2015). Characteristic Affecting Charitable Donations Behavior: Empirical Evidence from Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 15(2), 11.
- Nugroho, H. (2015). Demokrasi dan Demokratisasi: Sebuah Kerangka Konseptual Untuk Memahami Dinamika Sosial-Politik di Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 47(1), 1. 118-147.
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness.

- Journal of Advertising*, 19(3), 39-52.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202–224.
- Prayugo, D. W. (2018). Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Minat Beli Online Pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda. *EJurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 6(1), 143–157.
- Primadasa, D. G., & Muharam, H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dividend Payout Ratio Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bei. *Journal of Management*, 4(1), 1–15.
- Putnam, R. (2001). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*. 4, 35-42.
- Rohani. (2015). Urgensi Pembinaan Tanggung Jawab Warga. *Sosial Horizona: Jurnal Pendidikan Sosial*, 2(2), 221–234.
- Roy, S. (2006). An Exploratory Study in Celebrity Endorsements. *Journal of Creative Communications*, 1(2), 139–153.
- Smith, J. R., & McSweeney, A. (2007). Charitable giving: The effectiveness of a revised theory of planned behaviour model in predicting donating intentions and behaviour. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 17(5), 363–386.
- Sugiarto, B. U., & Subagio, H. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–14.
- Suradi. (2019). Pendidikan Kewarganegaraan Sebagai Pendidikan Nilai Dan Pendidikan Hukum Dalam Mewujudkan Warga Negara Yang Cerdas Dan Baik (Smart and Good Citizen). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, Hukum, & Pengajarannya*, 16, 112-121.
- Syaifulah. (2015). Pemberdayaan Generasi Muda Sebagai Dasar Filosofis Dari Keterlibatan Warganegara (Civic Engagement): Tinjauan Tentang Program Mahasiswa Wirausaha (PMW). *Prosiding Seminar Nasional Penguatan Komitmen Akademik Dalam Memperkokoh Jatidiri PKN* .

- Thomson, M. (2006). Human brands: Investigating antecedents to consumers' strong attachments to celebrities. *Journal of Marketing*, 70(3), 104–119.
- Tolbert, C. M., Irwin, M. D., Lyson, T. A., & Nucci, A. R. (2002). Civic Community In Small-Town America: How Civic Welfare Is Influenced By Local Capitalism And Civic Engagement. *Rural Sociology*, 67(1), 90–113.
- Venkatesakumar, R., Sathyanarayanan, R., & Sathish, A. S. (2012). Celebrity Endorsement-The North-South Divide. Asia-Pacific. *Journal of Management Research and Innovation*, 8(2), 155–163.
- Widyastuti, W. W., & Nugraha, R. S. (2017). Aktualisasi Domain Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan sebagai Upaya Membentuk Good Citizens. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers “Aktualisasi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan untuk Memperkuat Sendi-Sendi Kehidupan Berbangsa” AP3KnI Jawa Tengah*.
- Winataputra, Udin S. (2016). Posisi Akademik Pendidikan Kewarganegaraan (PKn) dan Muatan/Mata Pelajaran Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) dalam Konteks Sistem Pendidikan Nasional. *Jurnal Moral Kemasyarakatan*, 1(1), 15–36.
- Zhang, E. M. (2010). Understanding the Acceptance of Mobile SMS Advertising among Young Chinese Consumers. *Psychology & Marketing*, 30(6), 461–469.

Sumber Lainnya

- Budiyanto. (2017). Sejarah SPSS. Diklat Fungsional Statistik Tingkat Ahli Angkatan 21 Materi Pelengkap Modul Statistik Deskriptif. Fatkhan.Web.Id.
- Dwiprasayu, A. R. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Donasi (Kampanye Melawan Dunia #NICURangers pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com). Skripsi, Universitas Brawijaya.
- Romdoni, L. N. (2019). *Pengaruh Penggunaan Figur Publik dalam Kampanye terhadap Tingkat Perolehan Suara pada Pemilihan Kepala Daerah*

Jawa Barat Tahun 2018 Di Kota Bandung. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia. Universitas Pendidikan Indonesia.

Winataputra, Udin Saripudin. (2001). *Jatidiri Pendidikan Kewarganegaraan sebagai Wahana Sistemik Pendidikan Demokrasi: Suatu Kajian Konseptual Dalam Konteks Pendidikan IPS*. Disertasi, Universitas Pendidikan Indonesia.

Wibowo, S. (2010). *Modul Pelatihan SPSS*. Universitas Muhammadiyah Lampung.

Sumber Internet

<https://tirto.id/generasi-milenial-suka-memberi-sumbangan-cLHu> diakses pada tanggal 18 September 2020.

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/07/15/1629/persentase-penduduk-miskin-maret-2019-sebesar-9-41-persen.html> diakses pada tanggal 9 Desember 2020.

kitabisa.com diakses pada tanggal 14 Maret 2021.

Mission and Vision- National Council For Civic Education. (n.d.). Retrieved January 30, 2021, from <https://www.ncce.gm/about/mission-and-vision/>