



**PENGARUH KOMUNIKASI INTERAKTIF TERHADAP
KEPUTUSAN DONASI *VIEWER***

(Survey Terhadap Subscriber Gen-Z Akun Youtube @Ybrap Pada Program Maraphon *Live*
Season 2 Hari Ke-58)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Olga Nirmala
44222010187

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026



**PENGARUH KOMUNIKASI INTERAKTIF TERHADAP
KEPUTUSAN DONASI *VIEWER***

(Survey Terhadap Subscriber Gen-Z Akun Youtube @Ybrap Pada Program Maraphthon *Live*
Season 2 Hari Ke-58)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Olga Nirmala

44222010187

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Olga Nirmala
NIM : 44222010187
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Komunikasi Interaktif Terhadap Keputusan Donasi Viewer (Survey Terhadap Subscriber Genz Akun Youtube @Ybrap Pada Program Marapthon Live Season 2 Hari Ke-58)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Februari 2026



Olga Nirmala

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Olga Nirmala
NIM : 44222010187
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Pengaruh Komunikasi Interaktif Terhadap Keputusan Donasi Viewer (Survey Terhadap Subscriber Genz Akun Youtube @Ybrap Pada Program Maraphthon Live Season 2 Hari Ke-58)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 3 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 28%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Olga Nirmala
NIM : 44222010187
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Komunikasi Interaktif Terhadap Keputusan Donasi Viewer
(Survey Terhadap Subscriber Genz Akun Youtube @Ybrap Pada Program Marapthon Live Season 2 Hari Ke-58)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 26 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



Anindita, M.I.Kom

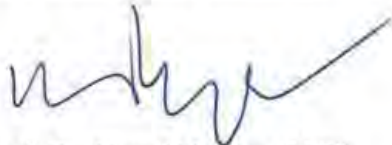
NIDN/NUPTK: 0306018903

Jakarta, 3 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan Ridho dan Rahmat-Nya serta shalawat dan salam untuk junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang membawa petunjuk bagi kehidupan manusia di dunia dan di akhirat., sehingga dalam Penulisan Laporan Tugas Proposal dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Interaktif Terhadap Keputusan Donasi Viewer”** ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Proses penyusunan skripsi ini merupakan perjalanan yang penuh dengan tantangan, baik dari segi akademik maupun non-akademik. Berbagai kendala, mulai dari pencarian referensi, pengumpulan data, hingga analisis hasil penelitian, telah menjadi bagian dari pengalaman yang sangat berharga dalam proses akademik peneliti. Meskipun tidak selalu mudah, peneliti bersyukur dapat melalui setiap tahap dengan dukungan dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan motivasi, dorongan, serta bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Anindita, S.Pd, M. Ikom sebagai dosen pembimbing yang dengan sabar memberikaan bimbingan, saran, dan koreksi yang sangat berarti bagi penyelesaian skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si selaku Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

3. Dr. Farid Hamid, M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani kegiatan perkuliahan di Universitas Mercu Buana Jakarta. Kedua orang tua yang selalu berusaha semaksimal mungkin agar penulis dapat melanjutkan pendidikan sampai saat ini, yang juga memotivasi dan berdoa demi kesuksesan penulis.
5. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis semangat untuk menyelesaikan makalah ini.
6. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya makalah ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, Peneliti dengan rendah hati menerima segala kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Januari 2026



Olga Nirmala

44222010187

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Olga Nirmala
NIM : 44222010187
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Komunikasi Interaktif Terhadap Keputusan Donasi Viewer
(Survey Terhadap Subscriber Genz Akun Youtube @Ybrap Pada Program Marapthon Live Season 2 Hari Ke-58)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Februari 2026
Yang menyatakan,



Olga Nirmala

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi interaktif terhadap keputusan donasi *viewer* Gen-Z pada program Marapthon *Live* season 2 hari ke-58 di channel YouTube @ybrap. Marapthon *Live* dipilih sebagai objek penelitian karena menampilkan fenomena *Live steaming*

berdurasi panjang yang melibatkan interaksi aktif antara kreator dan audiens secara real time, sehingga menciptakan keterlibatan audiens yang intens dalam aktivitas donasi berbasis media digital.

Dengan menggunakan Teori Ketergantungan Media (*Media Dependency Theory*) yang menjelaskan bahwa media memiliki pengaruh yang kuat terhadap sikap dan perilaku audiens ketika media tersebut menjadi sumber utama dalam memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan afiliasi sosial.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Data diperoleh dari 100 responden Gen-Z yang merupakan subscriber channel YouTube @ybrap melalui penyebaran kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan SPSS versi 25 dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, serta uji t untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interaktif berpengaruh signifikan terhadap keputusan donasi *viewer*. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,734 menunjukkan bahwa komunikasi interaktif memberikan kontribusi sebesar 73,4% terhadap keputusan donasi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya dalam penerapan Teori Ketergantungan Media pada konteks *Live steaming* di media sosial. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi kreator konten dan penyelenggara penggalangan dana digital untuk mengoptimalkan komunikasi interaktif sebagai strategi dalam meningkatkan keterlibatan audiens dan mendorong keputusan donasi secara berkelanjutan.

Kata kunci: komunikasi interaktif, keputusan donasi, *Live steaming*, teori ketergantungan media.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of interactive communication on Gen Z viewers' donation decisions in Marapthon Live Season 2 Day 58 on the YouTube channel @ybrap. Marapthon Live was selected as the research object because it presents a long-duration charity Live steaming phenomenon that involves active real-time interaction between the content creator and the audience, thereby generating intense audience engagement in digital-based donation activities.

This study is grounded in Media Dependency Theory, which explains that media can exert a strong influence on audiences' attitudes and behaviors when it becomes the primary source for fulfilling their informational, entertainment, and social affiliation needs.

The research employed a quantitative method with an explanatory approach. Data were collected from 100 Gen Z respondents who are subscribers of the YouTube channel @ybrap through questionnaire distribution. The collected data were analyzed using SPSS version 25, employing validity tests, reliability tests, correlation analysis, simple linear regression, coefficient of determination, and t-tests to examine the research hypotheses.

The results indicate that interactive communication has a significant effect on viewers' donation decisions. The coefficient of determination (R^2) value of 0.734 shows that interactive communication contributes 73.4% to donation decisions, while the remaining percentage is influenced by other factors outside this study.

Theoretically, this study contributes to the development of digital communication studies, particularly in applying Media Dependency Theory to the context of Live steaming on social media platforms. Practically, this research is expected to serve as a reference for content creators and digital fundraising organizers in optimizing interactive communication as a strategy to enhance audience engagement and encourage sustainable donation decisions.

Keywords: *interactive communication, donation decision, Live steaming, Media Dependency Theory.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis	21
2.2.1 Teori Ketergantungan Media (<i>Media Dependency Theory</i>)	21
2.2.2 Komunikasi Interaktif	22
2.2.3 Media Baru	24
2.2.4 Media Sosial	25
2.2.5 Donasi	26
2.2.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Donasi	26
2.3 Hipotesis Teori	28
BAB III	30

METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel	33
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	34
3.4 Definisi dan Operasional Konsep	35
3.4.1 Definisi Konsep	35
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data Primer.....	41
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	42
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.1 Uji Validitas	42
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.7.1 Uji Korelasi.....	47
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi	48
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	48
3.7.4 Uji parsial (Uji-t)	49
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2.2 Analisis Variabel X (Komunikasi Interaktif)	57
4.2.3 Analisis Variabel Y (Keputusan Donasi).....	81
4.3 Hasil Analisis Data.....	114
4.3.1 Hasil Uji Korelasi	114
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi	116
4.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	116
4.3.3 Uji T	118
4.4 Pembahasan	119
BAB V	124

KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran	125
5.2.1 Saran Akademis	125
5.2.2 Saran Praktis	126
LAMPIRAN.....	130



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Hasil pemetaan responden berdasarkan usia	55
Tabel 4. 2 Hasil Pemetaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 3 Hasil Pemetaan Responden yang Merupakan Subscriber Akun Youtube @ybrap	56
Tabel 4. 4 Hasil Pemetaan Responden Yang merupakan Penonton Maraphon <i>Live</i> ..	56
Tabel 4. 5 Pernyataan 1 Menginformasikan.....	58
Tabel 4. 6 Pernyataan 2 Menginformasikan.....	59
Tabel 4. 7 Nilai Rata-Rata Dimensi Menginformasikan	60
Tabel 4. 8 Pernyataan 1 Kontrol.....	61
Tabel 4. 9 Pernyataan 2 Kontrol.....	62
Tabel 4. 10 Nilai Rata - Rata Dimensi Kontrol	63
Tabel 4. 11 Pernyataan 1 Aktivitas.....	64
Tabel 4. 12 Pernyataan 2 Aktivitas.....	65
Tabel 4. 13 Nilai Rata - Rata Dimensi Aktivitas	67
Tabel 4. 14 Pernyataan 1 Dua Arah.....	68
Tabel 4. 15 Pernyataan 2 Dua Arah.....	69
Tabel 4. 16 Nilai Rata Rata Dimensi Dua Arah	70
Tabel 4. 17 Pernyataan 1 Waktu Fleksibel	72
Tabel 4. 18 Pernyataan 2 Waktu Fleksibel	73
Tabel 4. 19 Nilai Rata - Rata Dimensi Waktu Fleksibel	75
Tabel 4. 20 Pernyataan 1 Kesadaran Tempat	76
Tabel 4. 21 Pernyataan 2 Kesadaran Tempat	78
Tabel 4. 22 Nilai Rata - Rata Dimensi Kesadaran Tempat.....	79
Tabel 4. 23 Nilai Rata-Rata Keseluruhan Dimensi Komunikasi Interaktif.....	81
Tabel 4. 24 Pernyataan 1 Kesadaran Akan Kebutuhan (awarenes of needs)	82
Tabel 4. 25 Pernyataan 2 Kesadaran Akan Kebutuhan (awarenes of needs)	84
Tabel 4. 26 Nilai Rata - Rata Dimensi Kesadaran Akan Kebutuhan (awarenes of needs)	85
Tabel 4. 27 Pernyataan 1 Permintaan Donasi (solicitation)	87
Tabel 4. 28 Pernyataan 2 Permintaan Donasi (solicitation)	88
Tabel 4. 29 Nilai Rata Rata Permintaan Donasi (solicitation)	89
Tabel 4. 30 Pernyataan 1 Biaya Manfaat (costs and benefits)	90
Tabel 4. 31 Pernyataan 2 Biaya dan Manfaat (costs and benefits).....	91
Tabel 4. 32 Nilai Rata - Rata Biaya dan Manfaat (costs and benefits)	93
Tabel 4. 33 Pernyataan 1 Nilai - Nilai Personal (alturism)	94
Tabel 4. 34 Pernyataan 2 Nilai - Nilai Personal (alturism)	95
Tabel 4. 35 Nilai Rata - Rata Nilai - Nilai Personal (alturism)	96
Tabel 4. 36 Pernyataan 1 Reputasi (reputation)	97
Tabel 4. 37 Pernyataan 2 Reputasi (reputation)	98
Tabel 4. 38 Nilai Rata - Rata Reputasi (reputation).....	99

Tabel 4. 39 Pernyataan 1 Manfaat Psikologis (psychological benefits).....	101
Tabel 4. 40 Pernyataan 2 Manfaat Psikologis (psychological benefits).....	102
Tabel 4. 41 Nilai Rata - Rata Manfaat Psikologis (psychological benefits)	103
Tabel 4. 42 Pernyataan 1 Nilai (Values).....	105
Tabel 4. 43 Pernyataan 2 Nilai (Values).....	106
Tabel 4. 44 Nilai Rata - Rata Nilai (Values).....	107
Tabel 4. 45 Pernyataan 1 Efikasi (efficacy)	109
Tabel 4. 46 Pernyataan 2 Efikasi (efficacy)	110
Tabel 4. 47 Nilai Rata - Rata Efikasi (efficacy)	112
Tabel 4. 48 Nilai Rata – Rata Keseluruhan Dimensi Keputusan Donasi	113
Tabel 4. 49 Hasil Uji Korelasi.....	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data aktivitas Gen-Z oleh Goodstats	1
Gambar 1. 2 Donasi Marapthon.....	4
Gambar 1. 3 Berita Lamos.co	6
Gambar 3. 1 Data Subscriber Akun Youtube @ybrap	32
Gambar 4. 1 leaderboard Youtube Global.....	52
Gambar 4. 2 Pemberian donasi	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	130
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel X.....	135
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Y	140
Lampiran 4 Output Hasil Uji Validitas Variabel X	145
Lampiran 5 Output Uji Validitas Variabel Keputusan Donasi (Y).....	146
Lampiran 6 Output Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi Interaktif (X)	147
Lampiran 7 Output Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Donasi (Y).....	147
Lampiran 8 Output Hasil Uji Analisis Data.....	148
Lampiran 9 Curriculum Vitae	149

