



**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @kitabisacom
TERHADAP MINAT DONASI MAHASISWA FIKOM
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**
(Survey Masa Pandemi Virus Corona Pada Mahasiswa Bulan Maret 2020 –
Januari 2021)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Tugas Akhir Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata satu (S1) Ilmu Komunikasi bidang studi *Public Relations*

Disusun Oleh:

Fakhri Aldi Prasetyo

44217010139

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fakhri Aldi Prasetyo
Nim : 44217010139
Bidang Studi : Public Relations
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @kitabisacom TERHADAP MINAT DONASI MAHASISWA FIKOM UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA** (Survey Masa Pandemi Virus Corona Pada Mahasiswa Bulan Maret 2020 – Januari 2021) adalah murni hasil karya saya sendiri sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S-1) Ilmu Komunikasi. Skripsi ini bukan tiruan dari penelitian yang sudah ada. Apabila saya mengutip dari sumber lain, maka saya akan mencantumkan sumber tersebut sesuai dengan ketentuan yang telah berlaku. Bila saya terbukti melakukan plagiat (penjiplakan), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan skripsi ini dan melakukan proses penyusunan proses penyusunan skripsi dari awal. Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 8 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Fakhri Aldi Prasetyo

Mengerahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

(Yuliawati, S.Sos, M.Ikom)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : **PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @kitabisa.com
TERHADAP MINAT DONASI MAHASISWA
FIKOM UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA** (Survey Masa Pandemi Virus Corona Pada
Mahasiswa Bulan Maret 2020 – Januari 2021)

Nama : Fakhri Aldi Prasetyo

Nim : 44217010139

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 2022

Mengetahui,

Pembimbing



(**Yuliawati, S.Sos, M.Ikom**)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @kitabisa.com
TERHADAP MINAT DONASI MAHASISWA
FIKOM UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA** (Survey Masa Pandemi Virus Corona Pada
Mahasiswa Bulan Maret 2020 – Januari 2021)

Nama : Fakhri Aldi Prasetyo

Nim : 44217010139

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 8 Juni 2022

Ketua Sidang

Dr. Juwono Tri Atmodjo., M.Si



Penguji Ahli

Dr A. Rahman HI., M.Si



Dosen Pembimbing

Yuliawati, S.Sos, M.Ikom



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @kitabisacom
TERHADAP MINAT DONASI MAHASISWA
FIKOM UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA** (Survey Masa Pandemi Virus Corona Pada
Mahasiswa Bulan Maret 2020 – Januari 2021)

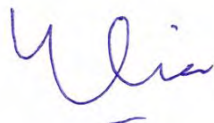
Nama : Fakhri Aldi Prasetyo
Nim : 44217010139
Bidang Studi : Public Relations
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 8 Juni 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Yuliawati, S.Sos, M.IKom)



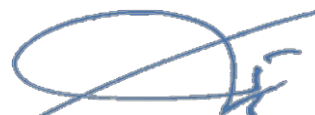
(Suryaning Hayati, SE, MM, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si.)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Fakhri Aldi Prasetyo
44217010139

Pengaruh Konten Instagram @kitabisacom Terhadap Minat Donasi Mahasiswa FIKOM Universitas Mercu Buana Jakarta (Survey Masa Pandemi Virus Corona Pada Mahasiswa Bulan Maret 2020 – Januari 2021)

Abstrak

Pandemi virus corona mengakibatkan banyak kerugian tidak hanya perseorangan namun juga bagi negara. Banyak permasalahan-permasalahan yang muncul di Indonesia akibat pandemi seperti banyak masyarakat yang mengalami kesulitan karena virus corona seperti orang-orang yang tidak bisa mencukupi kebutuhan sehari-harinya, anak-anak yang kehilangan orang tua karena virus corona, pasien-pasien terpapar virus corona yang membutuhkan dana untuk kesembuhannya, hingga satwa-satwa yang kekurangan makanan karena sedikitnya pengunjung yang mengunjungi tempat rekreasi. Saat ini media sosial seperti Instagram tidak hanya menjadi alat dalam mempermudah kegiatan komunikasi namun juga sudah menjadi salah satu alat promosi bagi perusahaan atau organisasi profit dan non profit. Kitabisa sebagai perusahaan yang bergerak di bidang sosial dengan memberikan ruang bertemu bagi penggalang dana dan donatur juga menggunakan sosial media sebagai alat promosi, dalam kegiatannya Kitabisa selalu memberikan konten-konten persuasif di dalam sosial medianya yaitu @kitabisacom dengan tujuan agar masyarakat yang melihat konten tersebut bisa berpartisipasi dalam penggalangan dana yang ada di platform milik Kitabisa.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan sejauh mana pengaruh konten-konten yang diberikan oleh Kitabisa melalui sosial media Instagram terhadap tingkat minat donasi mahasiswa FIKOM di Universitas Mercu Buana Jakarta melalui platform Kitabisa dimasa pandemi virus corona.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and effect*. Pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survey. Analisis data penelitian menggunakan uji regresi sederhana antar variabel Konten Instagram (X) dan variabel Minat donasi (Y).

Hasil penelitian menunjukkan konstanta sebesar 30.301. Nilai konsistensi Variabel Y (Minat Donasi) adalah sebesar 30.301 dan nilai koefisien regresi X sebesar 0.291 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai pengaruh konten Instagram maka nilai minat donasi akan bertambah sebesar 0.291.

Kata Kunci : Komunikasi, *New Media*, Media Sosial, Instagram, *Crowdfunding*, Minat Donasi



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Public Relations
Fakhri Aldi Prasetyo
44217010139

The Influence of @kitabisacom Instagram Content on the Donation Interest of FIKOM Students at Mercu Buana University Jakarta (Survey in the Corona Virus Pandemic Period on Students in March 2020 – January 2021)

Abstract

The corona virus pandemic has caused a lot of losses not only for individuals but also for the country. Many problems have arisen in Indonesia due to the pandemic, such as many people experiencing difficulties due to the corona virus such as people who cannot meet their daily needs, children who have lost their parents due to the corona virus, patients exposed to the corona virus who need funds for healing, to the animals who lack food because of the few visitors who visit the recreation area. Currently, social media such as Instagram is not only a tool in facilitating communication activities but has also become a promotional tool for profit and non-profit companies or organizations. Kitabisa as a company engaged in the social sector by providing a meeting room for fundraisers and donors also uses social media as a promotional tool, in its activities Kitabisa always provides persuasive content on its social media, namely @kitabisacom with the aim that people who see the content can participate in fundraising on Kitabisa's platform.

The purpose of this study is to find out and explain the extent of the influence of the content provided by Kitabisa through social media Instagram on the level of interest in donations by FIKOM students at Mercu Buana University Jakarta through the Kitabisa platform during the corona virus pandemic.

This study uses the uses and effects theory. Quantitative research approach with survey method. Analysis of research data using a simple regression test between Instagram content variables (X) and donation interest variables (Y).

The results showed that the constant value was 30.301. The consistency value of Variable Y (Donation Interest) was 30.301 and the regression coefficient X was 0.291 which states that for every 1% addition of the influence value of Instagram content, the value of interest in donations will increase by 0.291.

Keywords: Communication, New Media, Social Media, Instagram, Crowdfunding, Donation Interest

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Berkat limpahan karunia nikmat-Nya saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Instagram @kitabisacom Terhadap Minat Donasi Mahasiswa FIKOM Universitas Mercu Buana Jakarta (Studi Kasus Masa Pandemi Virus Corona)” dengan lancar. Pembuatan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata 1 [Universitas Mercu Buana bidang studi Public Relations]. Dalam penulisan skripsi ini, penulis sadar masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu penulis menerima berbagai saran dan kritik yang membangun agar di masa yang akan datang tulisan ini dapat menjadi lebih baik lagi. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Yuliawati, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing penulisan skripsi yang telah mencurahkan waktu, perhatian, dan pikiran, serta ilmu-ilmunya yang sangat berguna dan bermanfaat yang disampaikan kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Elly Yuliawati., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunkasi.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Pihak Kitabisa selaku tempat penelitian pada skripsi ini, terimakasih atas kesediaannya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Kedua orang tua saya Bapak Djoko Suryanto dan Ibu Puji Wahyuni serta adik saya Nabila Rana Putri yang sangat saya cintai, terima kasih atas kasih sayang dan dukungan yang telah kalian berikan, dan perjuangan serta doa yang tidak pernah putus kalian berikan.
7. Rekan-rekan Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya mahasiswa jurusan Public Relations 2017 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita dan tetap bisa berjumpa lagi dilain waktu.

8. Teman-teman seperjuangan saya Akmal, Alfin, Bilal, Dhiva, Haryy, Rafi, Rifqi, Yanuar, Zeta. Yang telah memberikan dukungan, waktu, pikiran, serta saran selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berpartisipasi membantu penulis selama proses pembuatan Tugas Akhir ini hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua kebaikan semua pihak yang telah membantu. Jika ditemukan berbagai kesalahan dan kekeliruan dalam laporan ini, penulis memohon maaf dan berharap mendapatkan masukan dan kritik yang membangun demi perbaikan di karya-karya selanjutnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Juni 2022

Peneliti

(Fakhri Aldi Prasetyo)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
Abstrak.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teoritis.....	21
2.2.1 Komunikasi.....	21
2.2.2. Public Relation.....	25
2.2.4 Komunikasi Daring/ <i>Online</i>	27
2.2.5. Media Baru (<i>New Media</i>)	28
2.2.6. Media Sosial	30
2.2.7 Instagram	32
2.2.8 Minat.....	33
2.2.7.1 Faktor Yang Mempengaruhi Minat	34
2.2.8. Donasi dan <i>Crowdfunding</i>	35
2.2.9 Teori <i>uses and effect</i>	39
2.3 HIPOTESIS	41
BAB III.....	43

METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian	43
3.3 Populasi dan Sampel.....	44
3.4 Definisi Konsep Dan Operasional Variabel	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1 Data Primer	50
3.5.2 Data Sekunder	50
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.5.3.1 Uji Validitas	50
3.5.3.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.6 Teknik Analisis Data	58
3.6.1 Uji Regresi Linier Sederhana	58
3.6.2 Uji T	59
BAB IV	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2.1 Data Responden	62
4.2.3 Variabel Y	76
4.3 Analisi Regresi Linier Sederhana	87
4.4 Uji Hipotesis.....	88
4.4.1 Uji T	88
4.5 Pembahasan	89
BAB V.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.2 Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99

Daftar Gambar

Gambar 1 1 Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Tanggal 5 Mei 2021	4
Gambar 2 1 Model Komunikasi Lasswell	24
Gambar 2 2 Mekanisme Crowdfunding	38
Gambar 4 1 Profil Instagram @kitabisacom	60
Gambar 4 2 Konten Instagram @kitabisacom.....	61



Daftar Tabel

Tabel 3 1 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3 2 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	52
Tabel 3 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	53
Tabel 3 4 Hasil Reliabilitas Variabel X.....	57
Tabel 3 5 Hasil Reliabilitas Variabel Y.....	57
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Mengakses Instagram Dalam Sehari.....	62
Tabel 4.3 Perangkat yang digunakan untuk mengakses Instagram.....	63
Tabel 4.4 Waktu responden mengakses Instagram	64
Tabel 4.5 Durasi responden mengakses Instagram.....	65
Tabel 4.6 Responden mengetahui Instagram @kitabisacom	66
Tabel 4.7 Pengikut/follower Instagram @kitabisacom	66
Tabel 4.8 Instagram @kitabisacom menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	67
Tabel 4.9 Instagram @kitabisacom mengemas isi pesan sesuai dengan tujuan dari setiap kontennya	68
Tabel 4.10 Pertanyaan follower ditanggapi dengan jawaban yang jelas oleh admin akun Instagram @kitabisacom	69
Tabel 4.11 Pertanyaan follower ditanggapi dengan bahasa yang ramah oleh admin akun Instagram @kitabisacom	70
Tabel 4.12 @kitabisacom bekerja sama dengan organisasi lain untuk membuat penggalangan dana menjadi lebih baik	72
Tabel 4.13 Follower merasa lebih dekat dengan instagram @kitabisacom melalui survei yang dilakukan mengenai penilaian konten dan program yang sudah diberikan.	73
Tabel 4.14 Follower mengunjungi kembali akun Instagram @Kitabisacom.....	74
Tabel 4.15 Follower mengikuti semua informasi dari setiap postingan akun Instagram @Kitabisacom.	75
Tabel 4.16 Follower mengetahui permasalahan yang terjadi pada masa pandemi Covid-19	76
Tabel 4.17 Follower menyadari adanya perbedaan kondisi sebelum dan setelah melakukan donasi di masa pandemi Covid-19.....	77
Tabel 4.18 Follower mengetahui masalah yang harus diutamakan untuk diberikan donasi pada masa covid-19.....	78
Tabel 4.19 Follower mencari informasi lebih lanjut mengenai permasalahan yang terjadi pada masa pandemi Covid-19.....	79

Tabel 4.20 Follower mencari solusi dari informasi yang di dapat mengenai permasalahan di masa Covid-19	80
Tabel 4.21 Follower mencari informasi tentang Kitabisa dari website/media sosial/Iklan	81
Tabel 4.22 Follower melakukan perbandingan antara Kitabisa dengan platform penggalangan dana lainnya untuk mencari kepuasan lebih	82
Tabel 4.23 Setelah melakukan perbandingan antara Kitabisa dengan platform penggalangan dana lain follower menjadi berminat untuk berdonasi di Kitabisa	83
Tabel 4.24 Follower memutuskan berdonasi di Kitabisa dibandingkan platform penggalang dana lainnya	84
Tabel 4.25 Follower memutuskan berdonasi sesuai masalah yang di inginkan melalui Kitabisa	85
Tabel 4.26 Ekspetasi follower terpenuhi setelah menyalurkan donasi di Kitabisa	86
Tabel 4.27 Di masa depan follower akan tetap menyalurkan donasi melalui Kitabisa	87
Tabel 4.28 Uji Regresi Sederhana.....	88

